

Институт этнологии и антропологии
им. Н.Н. Миклухо-Маклая РАН

В.К. Малькова

ЭТНИЧНОСТЬ И МЕДИА

**Опыты
этнополитического анализа
современных российских СМИ**

Москва 2020

УДК 394
ББК 76
М 42

Работа выполнена в рамках НИР ИЭА РАН

Рецензенты:

доктор политических наук Л.Л. Хоперская
доктор исторических наук Ю.П. Шабаев

М 42 **Малькова В.К.** Этничность и медиа: Опыт этнополитического анализа современных российских СМИ. – М.: ИЭА РАН, 2020. – 420 с.

ISBN 978-5-4211-0258-8

Издание представляет собой обобщение исследовательских работ, проведенных автором в Центре этнополитических исследований ИЭА РАН. Автор рассматривает миротворческие и конфликтологические направления деятельности отечественных СМИ при освещении ими разных форм этничности и межэтнических отношений в стране и ее регионах. На большом эмпирическом материале рассмотрены неоднозначные процессы участия СМИ в этнополитической жизни страны, в формировании общероссийской и этнорегиональной идентичности, массовых взглядов и представлений, связанных с миграционными процессами, с возвращением Крыма в состав России, с проблемами ксенофобии и с этической стороной деятельности самих медийных каналов. Разнообразие исследовательских подходов объединяют идеи конструктивизма и индоктринации, которые, наряду с бизнес-задачами, активно используются современными элитами для формирования массового сознания. Представленные в книге исследования и их результаты будут интересны для научных работников, политологов, журналистов, студентов, для всех, интересующихся вопросами развития российского общества.

УДК 394
ББК 76

ISBN 978-5-4211-0258-8

© Институт этнологии и антропологии РАН, 2020
© Малькова В.К., 2020

СОДЕРЖАНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ	4
РАЗДЕЛ I. ОБЩИЕ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ ПРОБЛЕМЫ	8
Некоторые направления исследований деятельности СМИ в полиэтничном пространстве	8
Проблемы полиэтничности в российских СМИ	20
Формирование идентичности в дореволюционной российской прессе	34
Пропаганда гражданских и этнических ценностей в период Великой Отечественной войны	41
Индоктринация и некоторые ее особенности	50
Ксенофобия и нормы межгрупповых отношений в СМИ	60
РАЗДЕЛ II. ПРОБЛЕМЫ РОССИЙСКИХ РЕСПУБЛИК В ОТРАЖЕНИИ ПОСТСОВЕТСКИХ МЕДИА	77
СМИ и этнореспубликанская идентичность	77
Историко-культурные образы или особенности самопрезентации российских республик в Интернете	90
Самочувствие российских республик во время кризиса: мнения республиканского руководства	144
«Крым наш!» в российском информационном пространстве	149
Крым в российских СМИ три года спустя: эмоцио и рацио	191
«Горячие события» в центральных российских медиа и интерес к ним в российских регионах	212
РАЗДЕЛ III. МИГРАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В МЕДИЙНОМ ПРОСТРАНСТВЕ	239
Мигранты в российской столице. Тревожность в СМИ	239
Мигранты, диаспоры и Интернет	294
Пресса новых этнических сообществ	313
Этнические сайты в российском Интернете	329
РАЗДЕЛ IV. ЭТНИЧНОСТЬ И СМИ: ЭТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ	339
Этика и СМИ	339
Стыд в современном российском обществе и в медиа	349
Гордость и идентичность в СМИ	372
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	389
ЛИТЕРАТУРА	395
ИСТОЧНИКИ	406
ПРИЛОЖЕНИЕ	410

ПРЕДИСЛОВИЕ

Уважаемый читатель!

Вы держите в руках книгу, в которой представлены результаты исследований, проведенных автором в Институте этнологии и антропологии им. Н.Н. Миклухо-Маклая (ИЭА РАН) в течение последних десятилетий. Они посвящены довольно острой общественной тематике – отражению в российском информационном пространстве особенностей жизни и процессов взаимодействия представителей разных этнических сообществ. Известно, что традиционные средства массовой информации (СМИ) – пресса, радио, телевидение и новые медиа (различные интернет-каналы) не только освещают или по-своему отражают текущие и прошлые события, но и активно участвуют в их регулировании, распространяя в информационном пространстве определенные взгляды и представления, ценности и идеи. В России, как и в любой другой современной полиэтничной стране, подобная информация, специально подготавливаемая коммуникаторами, почти неизбежно связана с политическими процессами и трансформациями. Политики активно используют медиа-каналы как один из важных инструментов получения желаемых для них результатов. Таким образом, в своих исследованиях всю деятельность современных медиа, а не только ее информационную составляющую, мы рассматриваем с общественно-политического ракурса. Это требует некоторых пояснений.

Как известно, этнополитические исследовательские подходы можно трактовать по-разному, тем более в таком многогранном явлении, как деятельность современных медиа в сфере этничности. Можно, например, рассматривать организацию работы медийных каналов с точки зрения интересов представителей разных национальных групп населения, в том числе и языковых носителей, в конкретных регионах, учитывая соотношение их численности. Можно подсчитать желаемые и реальные объемы теле- и радиовещания или тиражи печатной периодики, нацеленные на отдельные этнические группы, на разных языках и в разных полиэтничных регионах. А можно проанализировать сам медиаконтент и его составляющие, т.е. содержание, тематику, соотношение различных сегментов информации, общественную направленность публикаций, в том числе ориентацию на федеральные или региональные интересы, и многое другое. Все это обычно регулируется не только реальным общественным интересом, но и финансовыми, и политическими рычагами, когда власти, по словам В.А. Тишкова, выступают в роли социального инженера (Тишков 2001: 37).

В этой книге мы ограничим исследовательское поле лишь несколькими, но довольно сложными сюжетами: опытом исследования российской медийной практики в сфере официальной этнополитики; анализом отражения в СМИ региональных особенностей суверенизации республик и других практик федеративных отношений; рассмотрением актуальных проблем медийного освещения процессов миграции в современной России; научным обзором некоторых этических проблем, касающихся деятельности современных медиа... Иными словами, рассмотрим панораму этнополитической деятельности современных медиа и их миротворческие возможности.

Судьба автора в течение нескольких десятилетий была связана с Институтом этнологии и антропологии РАН, а в последние двадцать лет – с Центром этнополитических исследований под руководством В.А. Тишкова. Все эти годы в рамках

общих этнополитических исследований Центра я занималась очень актуальной проблемой под условным названием «Этничность и СМИ». Об актуальности и остроте данной темы и многочисленных ее направлений в нынешней общественно-политической атмосфере говорить не приходится, все это хорошо известно. Но все же необходимо подчеркнуть ее огромное значение не только для общественно-политического развития страны, для сохранения в ней этнорелигиозного мира и безопасности, но и для этнологической науки. Научное исследование медийной информации, включая интернет-информацию, к которой мы также обратились чуть раньше, в начале нового столетия, важно по многим причинам.

Прежде всего, эта тематика («Этничность и СМИ») стала в постсоветский период одной из приоритетных как для всего российского полиэтничного общества, так и для самих медиа. Актуальность ее связана со многими причинами, среди которых особенно выделяются следующие: небесконфликтный распад Советского Союза и рост этнического самосознания российских народов, выступавших за свой национальный суверенитет; беспрецедентно усилившиеся в новых условиях процессы миграции, также осложнившие межэтнические отношения в стране; появление зачатков демократических процессов, включая свободу слова, возможность выражать свои мысли публично. И конечно, еще одной из серьезных причин стало появление Интернета и развитие множества новых информационных каналов, конкурирующих за разнообразие и скорость передачи информации. В этих условиях научные исследования деятельности традиционных и новых СМИ помогали обществу увидеть тенденции и зигзаги его движения, так или иначе отражаемые в информационном пространстве, этнополитические, этносоциальные и этнокультурные особенности развития и взаимодействия разных российских регионов, взаимоотношения властных структур и в целом процесс построения обновляющейся России. Научные рекомендации, подготовленные на основе мониторинга и анализа деятельности центральных и региональных СМИ, в отдельных случаях способствовали снижению межэтнической напряженности и конфликтности, предотвращению националистических и других деструктивных явлений в стране.

Следует также учитывать, что политизация этнокультурных различий народов, как подчеркивают многие исследователи, превратилась в важное направление внутренней политики в полиэтничном и поликонфессиональном обществе (Шабаев 2011: 47), которое все более перемешивается. Поэтому важно не упускать из виду многие традиционные и новаторские формы личных, групповых и даже международных отношений, изучать текущие и намечающиеся общественные процессы, тенденции в сфере взаимодействия этнических групп, их толерантный или конфликтный потенциал. Стоит подчеркнуть, что, кроме необходимых для нашей науки полевых исследований, такую возможность дает анализ информационного контента современных медиа. Разумеется, при этом нельзя забывать о своеобразном «кривом» отображении медийными каналами текущей действительности. Манипулятивные технические приемы и информационные технологии в сфере межэтнических отношений (индоктринация, фейки и прочее) также стали предметом нашего внимательного изучения.

Мы намеренно ограничили данную работу только внутрироссийскими исследованиями, желая показать особенности нашего опыта и некоторые результаты отечественных разработок. А тот огромный методологический и особенно эмпирический материал, который предложен читателю, призван дополнить его представле-

ния о переживаемых страной труднейших этапах постсоветского периода, позволить увидеть неоднозначность, остроту и важность огромной этнополитической и этнокультурной проблематики, транслируемой медиакоммуникаторами в массовое сознание с определенными целями, познакомить с многообразием исследовательских проблем и подходов при их изучении.

Представленные в данной монографии работы сгруппированы в четыре раздела, которыми, конечно же, не ограничивается исследовательская деятельность, проводимая в ИЭА РАН по обозначенным проблемам. Здесь также намеренно не соблюден строго хронологический принцип, хотя специально мы его не избегали.

Раздел I можно назвать вводным, поскольку сюда включены работы, знакомящие читателей с общими направлениями исследований деятельности СМИ в полиэтничном пространстве, с проблемами формирования идентичностей, с таким явлением, как ксенофобия. Немалое внимание в разделе уделяется индоктринации (явному или скрытому внедрению и внушению людям определенных идей, представлений и ценностей), действию, очень близкому к пропаганде. Именно индоктринация, отмечаемая во всех человеческих сообществах, наиболее тесно связана с манипулированием общественным сознанием и поведением. В определенном смысле она поддерживает социальный контроль в обществе, но при этом, пронизывая почти всю деятельность современных информационных каналов, насаждает порой весьма сомнительные групповые интересы и ценности.

Раздел II объединяет исследования, посвященные жизни российских республик и процессам, происходящим там в течение трех последних десятилетий. Известно, что медийные материалы активно влияют на создание общественной атмосферы в стране и в ее субъектах, что коммуникаторы создают в общественном пространстве определенные образы стран, народов и их лидеров, а также распространяют определенные идеи (идеологемы) и мифы о народах и странах, об их истории и традициях, способствуя таким образом формированию массовых представлений людей о дружественном или враждебном окружении. Рассмотрение деятельности этнонациональных элит, которые с помощью СМИ активно влияют на массовое сознание в сфере межнациональных отношений, направленно формируя у населения этнические и региональные идентичности и общероссийское гражданское самосознание, – одно из важных исследовательских направлений. Используя результаты сравнительного анализа материалов республиканских СМИ, мы рассматриваем способы и нюансы формирования этнонациональных идентичностей в ряде российских республик, как правило, задаваемые «сверху» местными этнонациональными элитами; особенности самопрезентации (брендинга) республик в интернет-пространстве, также специально подготовленной местными экспертами, политологами и чиновниками для официальных интернет-сайтов; анализируем представленное в СМИ социальное самочувствие жителей российских регионов в трудные кризисные периоды.

В ходе исследования деятельности СМИ мы обнаружили заметное несоответствие интересов разных региональных аудиторий и медийного энтузиазма коммуникаторов из центра в отношении той или иной общедоверительной информации, которую преподносят стране центральные СМИ. Анализу причин такого несоответствия посвящен один из параграфов раздела. Здесь же помещены два исследования о возвращении или вхождении Республики Крым в состав России. В частности, мы считали интересным проследить эмоциональную общественно-политическую атмо-

сферу, то впечатление и реакцию, которые распространяли СМИ в российском информационном пространстве в февральские и мартовские дни 2014 года, проанализировать разные мнения и оценки этого события, определить авторов, создающих атмосферу ликования или неприятия на разных информационных каналах и в разных национальных регионах страны. В другом параграфе мы рассмотрели проблему возвращения Крыма спустя три года, уже в иной, более спокойной ситуации, попытались увидеть, как по прошествии некоторого времени центральные и республиканские СМИ оценивают это событие – все так же эмоционально или более рационально?

Раздел III также посвящен одному из важнейших явлений в жизни нашей страны – внутреннему изменению общественной атмосферы в связи с массовыми миграционными перемещениями и тревожным восприятием этих процессов принимающим населением. Исследования медиаматериалов показывают, что многочисленные медийные публикации об инокультурной миграции в Россию также демонстрируют формы и способы манипулирования массовым сознанием, распространяя порой в регионах межэтническую напряженность. Кроме того, анализ медийной информации показывает в некоторых случаях и направленную идеологическую мобилизацию этнической и локальной идентичности в отдельные периоды, дает возможность более или менее объективно рассмотреть направленность информационно-пропагандистских потоков. Конечно, такие неоднозначные процессы затронули в первую очередь жителей столицы и других крупных городов страны, поэтому акцент в исследованиях их информационного сопровождения сделан в основном на эти регионы. Отметим, что деятельность этнических элит мы рассматриваем не только внутри российских республик, но и в диаспорных сообществах, которые оперативно создали собственные СМИ, в том числе и сайты в Интернете. В разделе показано, как в этот сложный период, на фоне нагнетания не без участия СМИ (порой политизирующих этнокультурные различия, манипулирующих этнической идентичностью одних и общегражданским сознанием других) общественного беспокойства, новые этнические группы и их элиты не без трудностей встраиваются в современную жизнь страны.

В **Разделе IV**, не уходя от основной проблемы «Этничность и СМИ», мы сосредоточили внимание на этических проблемах деятельности российских медиаканалов и их авторов. На многочисленных конкретных примерах медийных практик были проанализированы способы, формы и направления формирования массовых представлений, ценностей и норм общественного поведения, а также нравственные противоречия коммуникаторов, с одной стороны, как бы воспевающих общечеловеческие нормы и принципы гуманизма и человеколюбия, а с другой – показывающих яркие примеры их забвения и отвержения.

В **Приложении** представлен один из рабочих инструментариев для контент-анализа (Формуляр). Автор также предлагает вниманию читателей коллекцию иллюстраций из российской федеральной прессы, которая была собрана в основном на рубеже двух веков и наглядно показывает, насколько остра и беспокойна тематика, затрагивающая в контексте этнополитики такие многообразные явления, как этничность и межэтнические отношения.

РАЗДЕЛ I. ОБЩИЕ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ ПРОБЛЕМЫ

НЕКОТОРЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СМИ В ПОЛИЭТНИЧНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Изучение деятельности российских СМИ, освещающих разные аспекты этнического развития и межэтнических отношений в России, тематика для XXI в. уже не новая. Это исследовательское направление, корни которого наблюдаются еще в XIX в., осуществляется в настоящее время на стыке многих обществоведческих наук – этнологии, социологии, политологии, психологии, филологии, истории, юриспруденции, журналистики и др. Но история таких исследований складывалась непросто. И причины этого очевидны.

Еще в середине XX столетия аналитики обращали внимание на важность освещения в СМИ этнического (национального) фактора. В нашей стране в прессе того периода этнический фактор упоминался нечасто. В основном это была практически беспроблемная информация о жизни «счастливых советских народов» – «дружелюбных» и «гостеприимных». Порой встречались публикации о жизни отдельных народов Севера или Сибири («этнических меньшинств»), о счастливых межэтнических семьях. Все это выглядело для тех времен довольно экзотично. Советская пресса изредка рассказывала о традиционных предметах материальной культуры некоторых народов (пище, одежде, изделиях прикладного творчества), о национальных праздниках, народных обычаях и традициях. По нашим исследованиям прессы 1970–1980 гг., часть информации с этнической окраской посвящалась национальным деятелям науки и культуры, историко-революционному прошлому и взаимному сотрудничеству советских народов, идеям их «нерушимого братства», «интернациональной общности и единства». В этой сфере основное внимание советской журналистики сосредотачивалось не на жизни отдельных этнических групп, а на жизни страны, в том числе и республик, в целом. Но особый акцент в исследованиях историков, философов и отчасти журналистов делался на роли КПСС и компартий республик в руководстве и воспитании советских людей в духе дружбы и интернационализма (Маковейчук 1974; Хакимов 1974; Цхитишвили 1963).

Позднее привлечь общественное внимание к этнокультурным особенностям разных групп людей, живущих на одной территории, к характеру их взаимодействия прессу заставили не только естественный интерес читателей к «другому», к «иному» и реальные сложности, нередко возникающие во многих полиэтничных регионах. Стало также очевидно, что в процессе бурного развития и распространения прессы, радио и телевидения подобную этнически окрашенную информацию, как и сами СМИ, можно более успешно использовать для направленного формирования общественного сознания, для регулирования общественно-политических отношений, в том числе межэтнических. Это явилось одной из важнейших прагматических задач для властей и элит (позднее и для бизнеса) в разных странах, где пресса, радио, телевидение широко участвовали в общественной жизни.

Для ученых интерес к вопросам освещения разных аспектов этничности в СМИ имел, кроме практических целей, другой ракурс – исследовательский. Им было важно понять, как с помощью СМИ можно конструировать массовые представления об определенных предметах и явлениях, связанных с этническим или религиозным признаком? Был и общественно-политический заказ на выяснение механизмов влияния медийной информации на формирование взглядов и массовых представле-

ний об этнических и других общественных нормах и ценностях. Важно было также выяснить, какая информация о межэтнических или конфессиональных отношениях может способствовать сплочению народов, а какая – разделять их и провоцировать конфликты? Какая информация и какие способы ее передачи могут эффективнее воздействовать на формирование общегражданской, региональной и этнической идентичности? Как в разные периоды и в разных ситуациях создавать для масс нужные представления о дружественных и «враждебных» странах (регионах), об отдельных национальностях и их элитах? Вопросы перед исследователями медийной информации об этнических сообществах и их взаимодействии оказалось немало. Развиваясь дальше, эта тематика дополнялась исследованиями, связанными с конструированием в СМИ этноисторической мифологии, с освещением проблем мультикультурализма и нациестроительства. Постепенно одним из важных исследовательских направлений стало изучение представленности в СМИ не только разных этносов, но и различных религий, изучение взаимодействия их приверженцев и иерархов между собой, языковые информационные проблемы и даже вопросы количественного соотношения представителей разных этнических групп, работающих на каналах СМИ. Заметным направлением у нас, как и во многих других странах, стала разработка проблем профессиональной этики журналистов, не всегда корректно и толерантно освещающих этнорелигиозную тематику, а также проблема все возрастающей зависимости общества от средств массовой информации.

Освещение разных аспектов этничности в традиционных СМИ и Интернете – тема актуальная для всех полиэтничных стран. Поэтому примерно с середины прошлого века исследования о влиянии деятельности СМИ на формирование общественного сознания и на состояние межэтнических отношений (включая конфликты) начали проводиться особенно активно. Пионерами в изучении опыта освещения в СМИ межэтнических отношений стали исследователи США, Канады, Индии, Великобритании и ряда других полиэтничных стран, где проблема полиэтничности и ее медийного освещения к тому времени заметно обострилась. Примерно с начала 1990-х годов, после распада СССР, подобные исследования активизировались как в России, так и в странах Восточной Европы (Асауленко 2019; Дуса 2004), а также в постсоветских республиках (Беларусь, Молдова, Кыргызстан, Казахстан, Украина и др.) (Кенжалин 2015; Азизова 2008; Алишева 2012).

Причинами такого интереса стало не только дальнейшее техническое развитие СМИ, не только более целенаправленное использование этих средств для идеологического регулирования общественных отношений, но и глобальные трансформационные процессы, вызвавшие нестабильность во многих регионах, а также массовые миграции людей и рост полиэтничности во многих странах.

Назовем лишь некоторые направления исследований. Это общие теоретико-методологические вопросы о роли медиа как социального феномена в жизни современного полиэтничного общества¹; направленное изучение медиаобразов больших этнических сообществ, этнических меньшинств и инокультурных мигрантов, а также образов «других» стран и народов, конструируемых коммуникаторами для массового сознания². Поскольку большинство медиаканалов в разных странах не бывают свободны от политических процессов, исследователи, в том числе и в России, немало внимания уделяли (особенно на рубеже веков) конфликтной тематике и другим этнополитическим сюжетам, в частности таким феноменам, как «язык вражды», экстремизм и создание образа «нашего врага», где этнический фактор порой выдвигается на передний план³.

В самом деле, в России уже около трех десятков лет работает ряд исследовательских центров, в которых изучается медиаинформация, связанная с этничностью во всех ее проявлениях. Один из наиболее распространенных с 1990-х годов подходов к исследованию межэтнических отношений в СМИ – это поиск, выявление, фиксация и, конечно, осуждение или высмеивание в медийной информации так называемого **языка вражды**. Выявлением «языка вражды» в СМИ занимаются в основном правозащитники, ученые и сами журналисты, которые фиксируют медийные материалы, разжигающие межнациональную рознь, определяют «язык вражды», рассматривают «образ врага». Наиболее известны в этой сфере правозащитные организации, такие как Информационно-аналитический центр «СОВА», Московское бюро по правам человека, Центр экстремальной журналистики, Институт региональной прессы и др., ведущие, кроме прочего, огромную работу по выявлению и профилактике многих видов ксенофобии и экстремизма в СМИ. Их аналитические отчеты с многочисленными примерами из реальной медийной практики не только фиксируют факты нарушений профессиональной этики журналистов. Собранные материалы, распространяемые на многочисленных обучающих семинарах (в которых мне довелось неоднократно принимать участие), тщательно рассмотренные и обсужденные в аудиториях, помогают журналистам и другим авторам соблюдать определенные этические и профессиональные нормы настоящей большой журналистики, учат их политкорректности в разноликом и беспокойном мире.

Однако необходимо отметить, что термины, связанные с «языком вражды», в разных исследованиях далеко неоднозначны, и разные авторы нередко трактуют их по-своему. Сами исследователи, обсуждая спорные публикации, отмечают «неопределенность критериев» и «несопоставимость показателей результатов исследований». При этом, например, лингвисты дают многообразие трактовок термина «язык вражды»: «словесный экстремизм», «речевая (языковая) агрессия», «речевая демагогия», «речевой (языковой) конфликт», «речевое насилие», «речевая (языковая) манипуляция» и т.д., что еще раз показывает, что изучение «языка вражды» порой идет скорее на субъективном уровне. Это нередко подтверждается во время судебных споров, когда об одном и том же информационном случае у участников дискуссий, и даже у экспертов, могут быть противоположные суждения. Тем не менее данное исследовательское направление, которое заметно расширилось от анализа «языка вражды» до изучения «информационных войн и противостояний», заметно влияет на состояние межнациональных и международных отношений и нередко является основой многих решений и выводов о взаимодействии сторон.

Еще один важный ракурс изучения межэтнических отношений – определение и выявление в прессе и в Интернете *идей ксенофобии, шовинизма и национализма*. Эту острую на сегодняшний день проблему (почему-то до последнего времени связанную преимущественно с русским национализмом) изучают как российские, так и зарубежные авторы, отмечая доминирование в СМИ ксенофобий и этнических фобий в разные периоды в отношении представителей Кавказа, Средней Азии, цыган, евреев и др.⁴. Ученых, правозащитников и самих журналистов беспокоят вопросы: как, не задевая чувств и достоинства людей, отражать, освещать и показывать миру этнорелигиозные особенности людей и возникающие в процессе их общения сложности; как прививать людям идеи гуманности, дружелюбия, взаимопомощи и взаимной терпимости? И наконец, кроме выявления и порицания «языка вражды» и идей ксенофобии, в деятельности СМИ в полиэтничном обществе важно найти или

разработать формы информационной защиты и отстаивания гражданских и этнических прав человека, способы формирования позитивных или негативных этнических стереотипов и т.д.

Довольно активно изучаются в мире и вопросы, связанные с соблюдением журналистами принципов *профессиональной этики* при освещении сложных социально-политических, в том числе и межэтнических вопросов (Авраамов 1999; Казаков 2002).

Постепенно научные дискуссии, а вслед за ними и исследования роли медиа становятся все актуальнее и острее, и связаны они порой не только с самим медиаконтентом, но с общественно-политической ситуацией внутри страны и за ее пределами. В России изучение межэтнических отношений стало для многих исследователей особенно актуальным после распада Советского Союза, когда бывшие его республики оформились в самостоятельные государства. Сложности, обиды и счеты в отношениях прежних союзных республик; укрепление суверенитетов и определение более-менее четких границ между «национальными» регионами в самой России; направленная идеологическая мобилизация этнорелигиозного самосознания; напряженность между так называемым титульным населением и «русскоязычными» во всех бывших советских регионах; острые вопросы, связанные с пересмотром приоритетов в языковой и этнокультурной сферах, в формировании новых систем власти в суверенных республиках и противостояние их с федеральным центром; стихийная миграция населения – все это и многое другое стало после распада Союза не только острыми общественными проблемами, но и своеобразно выливалось со страниц газет, из радио и телепередач в публичное пространство. Не только сами реальные события, но и информация о них, по понятным причинам спонтанная, излишне эмоциональная, порой искаженная, будоражила неоднородное население и, конечно же, не оставалась без внимания аналитиков. Изучение общественной напряженности, тревожности и конфликтности в межэтнических отношениях и трансляция всего этого в СМИ стали в 1990-х и 2000-х годах одним из важных направлений научных исследований в рамках рассматриваемой нами тематики.

Однако следует остановиться и на другом. Напомним, что еще до распада СССР в нашей стране уже велись исследования межэтнических отношений, освещаемых в средствах массовой информации. И одними из первых это были работы Сектора конкретно-социологических исследований Института этнографии АН СССР (руководители Ю.В. Арутюнян и Л.М. Дробижева). Первые работы были связаны с очень мирными темами, касающимися, в частности, живущих вместе татарского и русского населения автономной республики. Исследования в этой сфере коснулись прежде всего радиосообщения, в частности, музыкальных предпочтений татар и русских (1968 г.). В рамках большого секторального исследования мы анализировали ежедневные программы радиопередач (на татарском и русском языках), а также письма-заявки радиослушателей, присылаемые в то время в огромном количестве в Радиокomitee Татарской АССР (Малькова 1970). Но, кроме изучения этой спокойной и интересной темы, не требующей особых методологических усилий, в указанном Секторе в 1970-х – 1980-х годах стали проводиться более серьезные исследования центральной и республиканской прессы. Их фокус был направлен именно на межнациональные (межэтнические) и межреспубликанские отношения. Напомним, что, поскольку в эти классические советские годы основной и идеологически неприкасаемой этнополитической концепцией была *идея дружбы*

народов, то информация прессы (центральной и республиканской), как и других СМИ, направлялась на внедрение в массовое сознание этой идеи. Межэтнические и межреспубликанские отношения освещались в прессе того времени как дружеское взаимодействие, сотрудничество и взаимопомощь представителей разных национальностей, «народов-братьев», живущих в одной «общей советской семье». И лексика в публикациях о взаимодействии была соответствующей. Пресса показывала примеры реального сотрудничества, взаимопомощи народов, их обмен достижениями в сфере экономики (совместное строительство промышленных предприятий и обмен продукцией, обмен опытом и др.) и культуры (совместное проведение праздников и фестивалей, проведение декад культуры разных народов, обмен выставками, встречи деятелей культуры, писателей и др.), рассказывала о межнациональных браках и семьях. Вся эта информация была направлена на формирование массовых представлений о реальных проявлениях сотрудничества и единства советских людей. Правда, некоторый диссонанс уже в то время вносила спортивная информация, где в медийных комментариях порой присутствовал явный элемент этнореспубликанской конкуренции и соперничества. Краткие сообщения о спортивных соревнованиях в прессе того периода порой содержали неоднозначные фразы: «...наши спортсмены обогнали казахстанцев в гонках...» или: «...узбекские спортсмены оставили позади себя молдаван, грузин и эстонцев» (Малькова 1991).

Тематика освещения межнациональных отношений в прессе более-менее активно разрабатывалась в то время идеологами КПСС. В стране издавались научные работы под схожими названиями: «Роль Компартии Украины (Литвы, Белоруссии и т.д.) в укреплении дружбы народов». Большинство подобных работ – диссертации, где в том числе обзорно исследовалась деятельность республиканской прессы «по укреплению дружбы народов». Однако в то же время, на рубеже 1960-х – 1970-х годов, не только за границей, но и в нашей стране вновь возродившаяся после нескольких десятилетий молчания социология стала использовать новую для российских исследователей тех лет методику контент-анализа. Этот очень трудоемкий, в то время «ручной» *метод количественно-качественного анализа* массовой однотипной информации и стал для наших многочисленных проектов основным на много лет вперед (Методологические... 1973; Малькова 1985).

Первые исследования этнически окрашенных материалов СМИ с применением классического контент-анализа позволили выявить в республиканских газетах 1970-х – 1980-х годов много интересного, но скрытого в то время от внимания массового читателя. Как известно, для контент-анализа массовых документов требуется подготовить специальный инструментарий, с помощью которого в дальнейшем должна структурироваться и анализироваться исследуемая информация. Нами был составлен такой инструментарий (Формуляр) (первый вариант был подготовлен под руководством Л.М. Дробужековой), сделана трехступенчатая выборка и проведен сравнительный анализ республиканских газет Грузии, Молдавии, Узбекистана, Эстонии и некоторых российских регионов. Сам анализ проводился «вручную», при помощи шифровальных листов, которыми в то время только начинали пользоваться. В результате наших первых исследований, выяснилось в частности, что, воспевая идею дружбы народов, показывая читателям «гостеприимные», «хлебосольные» или «танцевальные» советские народы, рассказывая об успехах совместного строительства счастливой страны, республиканские газеты 1970-х – 1980-х годов одновременно вольно или невольно тревожили мыслящих людей на местах, «разжигая» их

«обиды на Россию» и на центральную власть. Так, с помощью контент-анализа, который призван в том числе фиксировать частоту упоминания определенных смысловых или лексических единиц текста, выяснилось, что информация о том, что конкретная республика **отдает** «братьям» (или «Центру») свою продукцию появлялась в прессе значительно чаще, чем о том, что она **получает** от них. Это достигалось совсем нехитрым способом, который сегодня мы назвали бы одной из нередко используемых манипуляционных технологий. Сообщение о том, что «мы» отправили в другую республику свою продукцию, своих специалистов и т.п., повторялось в разных формах и на разных каналах республиканских СМИ по несколько раз. А то, что республика получала от других, в том числе, и в первую очередь, от РСФСР, упоминалось в прессе лишь один-два раза. У аудитории создавалось искаженное представление о том, что «мы» отдаем «свое» значительно чаще и больше, чем получаем что-то для себя. Идея о том, что *«нас обижают», «к нам несправедливы»* (РФ, Центр, Москва) постепенно, на протяжении многих лет незаметно внедрялась в массовое сознание, в том числе и через медийные сообщения.

В конце 1980-х годов, в разгар «перестройки» и гласности, эти обиды в газетах стали появляться уже открыто: украинцы обижались на Россию, что они слишком много отдают россиянам зерна и угля, а взамен мало что от России получают; эстонцы упрекали Россию в том, что она забирает у них апатиты и другое сырье; узбеки сетовали на то, что отдают хлопок и т.д. Кроме того, республиканская пресса тех лет постепенно и почти незаметно формировала отдельное локальное этнореспубликанское, а затем и только этническое самосознание. Через этот канал жителям союзных республик внедрялись идеи о том, что *«Мы»* – это отдельный государственный субъект; *«Мы»* – это наша земля и наша территория; *«Мы»* – это наш национальный язык, наша культура, наша история и *«Мы»* – это наша национальная экономика. Эти сюжеты были подробно рассмотрены нами в книге «Образы этносов в республиканских газетах. Опыт этносоциологического изучения» (Малькова 1991). Таким образом, подобная деятельность республиканской прессы внесла свой особый вклад в формирование негативных представлений населения бывших советских республик о дружбе, равенстве и справедливом взаимодействии национальностей перед распадом огромной страны.

* * *

В последнее время (в основном с 2000-х годов) в полиэтничных странах, в том числе и в России (хотя здесь заметно меньше), кроме обозначенных выше проблем, значительное исследовательское внимание стало уделяться так называемым *этническим медийным каналам*. Это периодические издания, теле- и радиоканалы, а позднее и интернет-ресурсы, чья информация специально предназначена для представителей конкретной национальности или конфессии (иногда сразу двух-трех). Подобная ситуация встречается в разных странах. Так, в США считают, что за этническими информационными каналами (испаноязычными, русскоязычными и др.) большое будущее (реклама, политическое, культурное и религиозное давление). В Австралии, где стремительно меняется национальный состав населения, наблюдатели отмечают: «Мейнстримовые англоязычные СМИ все больше теряют доверие. На сегодняшний день они являются больше рупором различных лоббистских групп, чем СМИ. Современные мейнстримовые СМИ больше не отражают действи-

тельной картины происходящего в стране и за океаном. Ни о какой независимой и объективной журналистике речи не ведется давно. Все это дает право полагать, что роль этнических СМИ как альтернативных источников информации и как новых каналов информационного влияния на австралийское население в ближайшем будущем значительно вырастет» (Этнические СМИ... 2015).

Как показывают наши исследования, эти особенности этнических сообществ и их прессы в последние десятилетия уже неплохо поняли и в России. В самом деле, их потребители в нашей стране – читатели так называемой этнической прессы, радиослушатели и телезрители, пользователи интернет-сайтов, живущие в «чужом» для них этническом пространстве, – с помощью своих этнических сетей не просто объединяются в свои отдельные сообщества. *Этнические СМИ* помогают этим людям сохранять свое национальное самосознание, свой язык и порой отстаивать свои коллективные интересы. Этнические СМИ, кроме того, это хорошее рекламное поле для бизнеса (подписчики и, конечно же, реклама), что также неплохо используется и в российском медиапространстве. В то же время сложности адаптации к иным условиям жизни, а иногда и завуалированные интересы этнических лидеров вынуждают инокультурные группы трансформироваться в особый и «послушный» или «договороудобный» электорат, что всегда востребовано политическими элитами. Этими иноэтничными группами пока еще не так сложно манипулировать, а их голоса на выборах получить значительно проще.

Правда, это выгодно, как фиксируют сами журналисты, только в более востребованном русскоязычном сегменте этнических каналов. Однако в последние годы и здесь ситуация быстро меняется. Если, например, в США пространство этнических СМИ со временем расширяется, а наднациональные издания конкурируют за стремительно растущую испаноговорящую аудиторию (газеты «Вашингтон пост», «Лос-Анджелес таймс» и др. выпускают специальные испаноязычные вкладыши или вставки для целевой этнической группы, привлекают к работе в редакции испаноговорящих корреспондентов и редакторов, готовят очерки по расовым и этническим проблемам), то в России так называемая этническая пресса развивается крайне неравномерно. Наш анализ российских этнических изданий показывает не только их яркое возрождение с 1990-х годов, но и интенсивное использование в процессах консолидации новых этнических (мигрантских) сообществ, формирования новых этнополитических элит и их общественно-политической экспансии в разных регионах страны (Малькова 2011). Однако во втором десятилетии XXI в., на фоне периодических кризисов, у российских аналитиков появляются сомнения в радужных перспективах российских этнических СМИ. Наблюдатели сетуют, что «национальные СМИ малочисленны и не могут выжить без сторонней поддержки. А если учесть, что государство не готово помогать даже лидерам медиа-отрасли, которые тоже сейчас оказались в весьма плачевном состоянии, то судьба этнических СМИ весьма туманна» (Мрачные перспективы... 2016). С этим мнением можно соглашаться или нет, но в любом случае явление этнических СМИ (прессы, радио, ТВ-программ и, конечно же, интернет-сайтов) требует дополнительных научных исследований.

Учитывая сложные, а порой и конфликтные взаимоотношения между представителями разных этнических или конфессиональных групп, быстро растущих в связи с миграцией, а также с появлением новых вызовов для этнических СМИ, во

многих странах стали создавать особые регулирующие организации журналистов, освещающих этнические проблемы (например, Asian American Journalists Association, Гильдия этнических журналистов РФ и многие др.). В таких профессиональных сообществах принимаются специальные стандарты и нормативы, декларируются принципы их этической и профессиональной деятельности, оказывается взаимопомощь. Эти процессы также не остаются без внимания современных исследователей СМИ.

* * *

В последние десятилетия в связи с интенсификацией миграционных процессов, ростом активности новых этнических элит и стремительным развитием Интернета изучение сюжетов, касающихся освещения межэтнического взаимодействия, межэтнической напряженности и конфликтности, заметно расширилось. В отдельное направление выделилось изучение способов информационного влияния на формирование *политической идентичности населения* – общегражданской, этнической, региональной и локальной. Кроме того, изучаются формы манипулятивного освещения процессов адаптации и интеграции мигрантов в принимающих сообществах и их взаимодействия с местным населением, а также тонкости медийного формирования образов, имиджей и брендов стран, новых (диаспорных) этнических сообществ, их элит и стратегий в различных регионах.

Отметим, что в постсоветские десятилетия научное исследование этнической деятельности современных традиционных СМИ (главным образом прессы и телевидения), а также интернет-пространства идет в России, как и в других странах, в нескольких основных направлениях. Обзор опубликованных на эти темы работ позволяет выделить следующие наиболее важные:

- изучение технического и социокультурного значения феномена медиа для различных этнических сообществ и страны в целом;
- исследование механизмов и технологий медийного распространения этнотолерантной и этноконфликтной информации в разных каналах СМИ;
- анализ проблем и особенностей освещения этнокультурных и этнополитических аспектов жизни и межэтнических отношений в традиционных наднациональных, региональных и этнически направленных каналах СМИ (пресса, радио- и телепередачи);
- изучение в разных регионах и социумах этнического (и конфессионального) медиаконтента, связанного с проблемами идентичности, миграцией, этнокультурной трансформацией общества, образами народов, их лидеров и стран, а также акцентов этого контента и его направленности;
- исследование этнических аспектов современного кинематографа;
- анализ актуальных проблем профессионального и этического образования и просвещения журналистов, работающих с этноконфессиональной тематикой.

В целом разрабатываются теоретико-методологические подходы к исследованию этнически окрашенных публикаций, анализируются тенденции, масштабы, формы и сферы взаимодействия народов и культур, представляемые в центральных и региональных медиаканалах, изучается толерантное и конфликтное освещение,

тенденции межэтнического, межрелигиозного и межгосударственного взаимодействия на разных каналах региональных и центральных СМИ.

Перед каждым объективным исследователем, анализирующим деятельность СМИ по освещению межэтнических отношений, встают принципиальные вопросы: какая информация может отразиться на улучшении или на ухудшении взаимоотношений людей упоминаемых национальностей или конфессий, и что можно считать миролюбивым и толерантным или конфликтным и вредным при освещении в СМИ этнических особенностей жизни? Где проходит граница между простыми эмоциональными высказываниями и оскорблением национальных чувств и достоинства людей? Ответы на эти вопросы очень непросты, и в настоящее время их пытаются найти исследователи не только в России, но и во всем мире. Конечно, более-менее четкими ориентирами или рамками, в которых должна осуществляться этническая деятельность СМИ, являются известные правовые *международные и отечественные документы* о стандартах и нормах поведения в демократических обществах. Таких документов масса. В нашей стране – это соответствующие статьи *Конституции РФ, Гражданского и Уголовного Кодекса РФ, ряд специальных законов о СМИ, о гражданстве РФ, об экстремизме, о языках народов РФ* и т.д. Напомним некоторые основные рамочные документы по проблемам освещения этничности в СМИ – *Кодекс профессиональной этики российского журналиста; Декларация Московской Хартии журналистов; Положения о программе «Чистые перья»; Декларация об основных принципах, касающихся вклада СМИ в укрепление мира и международного взаимопонимания, в развитие прав человека и в борьбу против расизма, апартеида и подстрекательства к войне* и др. (Казаков 2002). Кроме того, по аналогии с зарубежными, в некоторых российских периодических изданиях в 1990-х годах был разработан ряд профессионально-этических кодексов российских журналистов (например, в газете «Известия» и др.). Документов действительно немало, но они носят в основном декларативный характер. Это чаще всего только «рамочные» рекомендации, не содержащие конкретных рабочих понятий и определений, например, таких явлений, как «разжигание межнациональной розни», «унижение национальной чести и достоинства», «национальная исключительность», «национал-фашизм», «шовинизм», «национал-экстремизм» и др.

Нельзя не упомянуть и о некоторых ограничениях в распространении определенной информации, связанной с межэтническими отношениями. Они, несомненно, имеют здравый смысл и также зафиксированы в нормативных документах. Так, Закон о СМИ⁵ содержит статью о недопустимости злоупотребления свободой массовой информации. В соответствии с ней не допускается использование СМИ для призывов к захвату власти и насильственному изменению строя, нарушению целостности государства; для разжигания национальной, социальной, религиозной розни и нетерпимости; для пропаганды войны, фашизма и других форм экстремизма; для распространения порнографии, культа насилия и жестокости. Закон запрещает злоупотребление свободой массовой информации (Ст. 59), злоупотребление правом на проведение агитации (Ст. 45) и в целом – злоупотребление правами журналиста (Ст. 51). Конечно, правящим структурам в целях безопасности страны важно сохранять контроль за массовым сознанием, а значит, и за деятельностью СМИ.

Вместе с тем управленческая элита тоже понимает, что определенная открытость и доступность информации – это одно из необходимых условий для успешного социально-экономического развития государства, обеспечения государственной безопасности и реализации многих социальных задач. И хотя до полной информационной открытости еще довольно далеко, некоторые законодательные проекты по этому поводу уже обсуждаются. Как правило, российское законодательство в данной области не противоречит международному, а работа журналистов и СМИ регламентируется не только им, но и рядом профессиональных и редакционных правил, уставов, этических кодексов.

Создание законодательных норм, регулирующих деятельность журналистов и каналов массовой информации, связанных с многообразными аспектами межнациональных отношений, требует очень серьезной аналитической работы. Этот процесс даже в конце второго десятилетия XXI в., как мы видим по последним попыткам властей принять законы о «суверенном российском Интернете», о фейковых новостях и неуважении к власти, еще далеко не закончен. Общественность решительно противостоит ограничению информационного пространства, подчеркивая, что законопроект «дают широчайшее поле для произвола»⁶.

Тем не менее усилия государства в регулировании информационного законодательства, включая и сферу межнациональных отношений, – одно из неперенных условий его безопасности и стабильности.

Основы информационной политики и главные ее направления изложены в «Стратегии государственной национальной политики Российской Федерации на период до 2025 года»⁷. В ней отмечено, что этот документ опирается на положения Конституции РФ, на общепризнанные принципы и нормы международного права и международные договоры РФ, а также – на многовековой политико-правовой опыт многонационального российского государства⁸.

Задачам информационного обеспечения реализации государственной национальной политики, включая целенаправленную разъяснительную работу с деятелями СМИ и госслужащими, в самой Стратегии посвящен лишь небольшой раздел. Но в этой сложной работе участвуют, кроме многих других организаций и граждан, Министерство связи и массовых коммуникаций РФ, Министерство культуры РФ, Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовым коммуникациям, Федеральное агентство по делам национальностей, органы государственных субъектов РФ в рамках реализации региональных планов мероприятий и программ в сфере государственной национальной политики РФ, органы местного самоуправления, государственные и муниципальные организации, осуществляющие выпуск СМИ. Кроме того, вопросам информационной поддержки национальной политики уделяют внимание Совет при Президенте РФ по межнациональным отношениям, Общественная палата РФ, Ассамблея народов России и многие другие общественные и государственные организации страны⁹.

Пристальное внимание государственных органов к информационным процессам в стране связано еще и с тем, что информация стала одним из значимых факторов информационно-психологического воздействия со стороны западных спецслужб на население России, в первую очередь на молодежь. Как отмечено в Доктрине

информационной безопасности РФ, это происходит не только «в целях размывания традиционных российских духовно-нравственных ценностей, но и в целях нагнетания национальной и социальной напряженности, разжигания этнической и религиозной ненависти либо вражды, пропаганды экстремистской идеологии, а также привлечения к террористической деятельности новых сторонников»¹⁰. По этой и по многим другим причинам защита суверенитета, поддержание политической и социальной стабильности, территориальной целостности Российской Федерации, а также соблюдение баланса между потребностью граждан в свободном обмене информацией и ограничениями, связанными с необходимостью обеспечения национальной безопасности, становятся стратегическими задачами.

* * *

Многообразие этнически окрашенной медийной информации не позволяет исследователю современных межэтнических отношений остановиться только на одном фрагменте, даже таком важном и ярком, как «язык вражды» или ксенофобия. Поэтому в ИЭА РАН уже в течение нескольких десятилетий ведется большая и разнообразная работа по изучению других форм этничности в СМИ: разрабатываются новые методологические подходы к исследованию этнически окрашенной медийной информации, проводятся сравнительные этносоциологические исследования центральных и региональных информационных каналов. Мы сосредоточили свое внимание на присутствии в медиaprостранстве этничности в целом и на использовании коммуникаторами этой медийной информации с помощью разных коммуникационных технологий в этнополитических, этнокультурных, экономических и прочих общественных процессах. Помимо этого, проводятся многочисленные совместные исследования с коллегами из региональных научных учреждений, преподавателями журналистики из ряда российских и зарубежных университетов, Союзом журналистов РФ, Фондом защиты гласности, Фондом экстремальной журналистики, Независимым институтом коммуникативистики (НИК), Институтом развития прессы и др. Мы принимаем участие не только в научных конференциях и конгрессах, но и во многих семинарах и встречах с практическими журналистами и организаторами журналистики в регионах России, представителями национальных диаспор, издающими свои газеты. В Институте публикуется множество книг, статей, брошюр по этим проблемам. Мы участвуем в ряде проектов и программ, посвященных изучению разных сторон толерантной и конфликтной деятельности российских СМИ, их роли в сохранении межэтнического мира и спокойствия. Все это направлено в конечном счете на профилактику национал-экстремизма в российском обществе, на формирование общегражданского сознания у многонационального населения нашей страны.

¹ См., например: Вартанова 2015, 2016; Дунас 2015; Назаров 2014; Прохоров 2011.

² См., например: Браун, Файерстоун, Мицкевич 1994; Рахимбергенова 2009; Гладкова

2016; Шерстюк 2019; Базина 2015; Tolz, Harding 2015; Castles, Miller 2009 и др.

³ См., например: Дзялошинский 2007; Язык мой... 2002; Малькова 2002в, 2007; Трибунская; Коливер; Кожевникова 2004.

⁴ См., например: Феоктистов 1993; Макеева 2002; Малькова, Тишков 2002; Диагностика толерантности 2002; Толерантность против ксенофобии 2007, а также работы Деметер Н.Г., Шнирельмана В.А. и др.

⁵ Федеральный Закон «О средствах массовой информации» от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 02.12.2019, с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2020). URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/

⁶ См., например, серию статей в «Московском комсомольце»: Сажать и разорять. Депутаты доработали законы о фейк-ньюс и о неуважении (06.03.2019); Фейки ложь, да в них намек. Власть собирается блокировать все виды не устраивающей их информации (12.03.2019); На Интернет бросят кибердружинников (13.03.2019) и др.

⁷ Стратегия государственной национальной политики Российской Федерации на период до 2025 года (утв. Указом Президента РФ от 19 дек. 2012 г. № 1666; в редакции Указа Президента РФ от 6 дек. 2016 г. № 703). URL: <http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?docbody=&nd=102161949>

⁸ Там же. Раздел 1. Общие положения.

⁹ См.: Решение Совета по межнациональным отношениям и взаимодействию с религиозными объединениями при Совете Федерации Федерального Собрания РФ. 17 марта 2017 г. (Актуальные вопросы... 2018).

¹⁰ Доктрина информационной безопасности РФ (утв. Указом Президента РФ от 5 дек. 2016 г. № 646) URL: <http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?docbody=&firstDoc=1&lastDoc=1&nd=102417017>

ПРОБЛЕМЫ ПОЛИЭТНИЧНОСТИ В РОССИЙСКИХ СМИ

Многообразие исследовательских подходов

Начало XXI в. стало для нашей страны трудным, но интересным временем. В этот период принимаются многие стратегические решения о развитии страны, идут реформы и преобразования в разных общественных сферах. Несмотря на многочисленные трудности и экономические санкции, Россия укрепляет свои позиции и как ведущая мировая держава. На этом фоне особенно необходимы внутренняя социально-политическая стабильность, межэтническое спокойствие и межконфессиональное согласие. Также растет потребность формировать у населения стремление улучшать жизнь своей семьи и близких, укреплять общероссийскую идентичность, гражданскую ответственность и патриотизм. Политики и ученые-обществоведы хорошо осознают огромную роль прессы, радио, телевидения в формировании взглядов и представлений населения в сфере межнациональных отношений (Тишков 1997, 2013а; Малькова 2006; Губогло 2003). Гражданская миссия традиционных и новых медиа, самих журналистов и других авторов, выступающих в средствах массовой информации, их влияние на общественную атмосферу, массовые представления, самосознание и поведение людей становятся еще более значимыми и ответственными. Это относится ко всем сферам жизни россиян, в том числе и к межэтническим отношениям. Именно поэтому СМИ (пресса, радио, телевидение, Интернет и другие каналы) находятся в центре общественного и научного внимания. Актуальные материалы СМИ обсуждаются, копируются и распространяются в массовом сознании, влияя на общественные настроения и общую атмосферу в стране.

Обзор информации о многочисленных центрах, изучающих разнообразную деятельность СМИ, показывает их довольно широкую географию. В нашей стране основные центры изучения СМИ и коммуникативных процессов и явлений в целом – это российские университеты, прежде всего их журналистские и филологические факультеты и специальные институты при них. В настоящее время феномен массовой коммуникации (включая производство массовой информации, способы ее презентации и восприятия) особенно активно изучают в таких центрах, как МГУ, СПбГУ, Удмуртский, Казанский, Мордовский, Бурятский, Хакасский, Северо-Восточный (Якутия), Северокавказский (Ставрополь) университеты, и многих других российских вузах. Там не просто готовят квалифицированные кадры для работы на всех информационных каналах, но и ведут значительную исследовательскую работу по разнообразным проблемам массовой коммуникации. Кроме университетских, немало аналитических центров, связанных с изучением средств массовой коммуникации и информации, сосредоточены в научных институтах разного ведомственного подчинения, прежде всего в институтах РАН (этологи, социологи, филологи, психологи, культурологи, юристы и др.).

Наиболее актуальные проблемы, которые в настоящее время интересуют всех исследователей в данной области, связаны прежде всего с общими теориями коммуникативных процессов и с этическими проблемами деятельности журналистов. Отметим, что специалисты разных научных направлений делают свои собственные акценты в изучении общих информационных и коммуникативных проблем. Например, журналисты и филологи, наряду с изучением теории массовых коммуникаций, техники подготовки журналистских материалов, истории отечественных СМИ, рассматривают также роль самих СМИ в мировых процессах и в разных социальных

пространства, интересуются общими проблемами межкультурной коммуникации, взаимодействием и перспективами развития новых и традиционных СМИ. Социологи свои первые исследования еще в 60-х – 70-х годах прошлого века начинали с изучения техники и методики коммуникативных процессов (Ядов 1972).

В те же годы отечественные этносоциологи сосредоточили внимание на освещаемых в СМИ этнических и этноконфессиональных аспектах жизни разных этнонациональных регионов. В частности, в Институте этнографии АН СССР (так в советское время назывался Институт этнологии и антропологии РАН) еще на рубеже 1960-х и 1970-х годов впервые в стране стали изучать роль СМИ в формировании массовых представлений и установок людей, в ориентации их массового сознания на этническое обособление или на общегражданскую интеграцию (Социальное... 1973; Русские 1992). Первые работы по исследованию деятельности отечественных СМИ (особенно прессы) касались соотношения двух важных в то время общественных феноменов – «национального и интернационального» – и их конкретного наполнения в СМИ советских республик (Малькова 1985). Напомним, что в советское время в нашей стране, и в первую очередь в СМИ, официально воспевались идеи интернационализма, и именно интернациональная тематика должна была доминировать в публикациях прессы, в радио- и телепередачах. Но на практике иногда допускались некоторые перекосы, что и отразили наши тогдашние исследования (Малькова 1991).

Деятельность российских СМИ по освещению разных аспектов межэтнических отношений – один из важных вопросов и для современного общества. Этот вопрос актуален и серьезен для любого многонационального региона любой страны, где проживают представители разных национальностей. В самом деле, одно из непременных условий стабильного и благополучного демократического общества, которое сегодня мы пытаемся построить в нашей стране, – это межэтническое и межконфессиональное согласие и единство граждан, независимо от их национальной или конфессиональной принадлежности. Люди должны понять и принять факт, что наш мир многомерен и многообразен, что в нем в разных странах живут представители разных рас, конфессий и национальностей. Россияне также сохраняют и развивают свои собственные национальные или этнические культуры, нормы поведения, свои ценности и привычки, если они не мешают другим. Человек, живущий по принципам миролюбия и толерантности, спокойно и с интересом воспринимает все это многообразие, уважая в рамках закона права и свободу других людей. Это нормальная модель взаимоотношений людей, народов и стран. И как самая оптимальная, она будет развиваться и дальше.

СМИ – пресса, радио, ТВ – один из важных факторов, порой прямо влияющих на формирование поведения, взглядов и представлений людей. Освещая реальную жизнь, они непременно распространяют в общественном пространстве определенные ценности, образы, ориентиры и идеи. Это относится к разным областям жизни, включая и сферу межэтнических отношений. Таким образом, для элит, владеющих и руководящих каналами массовой информации (а это политики, бизнесмены, журналисты и др.), СМИ – важный инструмент формирования массового сознания и регулирования общественных отношений. От их гражданской позиции и ответственности в большой мере зависит, будет ли в стране или в регионе царить межнациональный мир или будет поддерживаться межнациональная напряженность, разжигаться межэтническая рознь.

В идеале демократические СМИ должны способствовать тому, чтобы межнациональное согласие стало обыденной нормой общественного сознания и поведения людей. Однако на практике мы видим, что этническая информация, транслируемая в массовое сознание через современные российские СМИ, по воле идеологов и стоящих за ними политиков или других спонсоров может быть как толерантной, так и конфликтной, то есть может способствовать стабильности и спокойствию в обществе, сплачивая полиэтничное население, а может и разъединять его. В настоящее время последнее наблюдается во многих уголках России и всего мира. Опасность заключается в том, что СМИ и журналисты нередко используют этнокультурные особенности людей в политических целях. Это может привести к разрастанию в обществе национал-экстремизма и межэтническим конфликтам. Иными словами, СМИ могут увести массовое сознание от идей равенства всех этносов перед законом к идеям приоритетов и льгот для одних и ограничений для других, идеям шовинизма, национал-фашизма и расизма.

Следует отметить, что после распада СССР тематика межкультурного взаимодействия, в том числе и связанного с межэтническим и религиозным разнообразием человечества, быстро заинтересовала представителей разных научных направлений. Внимание этим проблемам стали уделять философы, психологи, историки, филологи, социологи, юристы и сами журналисты (Овсепян 1999). Сейчас исследовательских направлений в данной области прибавилось. В настоящее время актуальными темами являются технологические проблемы развития СМИ (включая Интернет), их роль в общественном пространстве, этические проблемы деятельности журналистов (в том числе соблюдение прав человека) и т.д. Кроме того, в центре внимания исследователей остается изучение самого медиаконтента, распространяемого через СМИ. Это освещение жизни и деятельности разнообразных макро- и микросообществ (включая этнические и межэтнические), их взаимодействие и взаимовлияние, создание групповых и индивидуальных образов, этнокультурный брендинг территорий и стран, имиджмейкерство, конфликты и их урегулирование с помощью СМИ, освещение проблем массовых миграций, преступность (в том числе этническая), коррупция, терроризм, войны и «горячие точки», а также бизнес, спорт, туризм, реклама и т.п. (Малькова 2004а: 154–170). Большинство этих проблем нередко связано с этническими или профессиональными особенностями людей.

В России, как и в других странах, научный анализ этнической деятельности современных традиционных СМИ (главным образом прессы) идет в нескольких основных направлениях. Исследователи рассматривают техническое и социокультурное значение всех медиаканалов для различных этнических сообществ, структуру СМИ в разных регионах и социумах, этноязыковую и этнокультурную направленность информации.

Типология медийных публикаций может быть различной. Можно выделить, например, следующие направления исследований: «Освещение этничности в традиционных СМИ (прессе, радио- и телепередачах)»; «Этническая деятельность в Интернете»; «Современное кино и этничность»; «Актуальные проблемы этнической журналистики в прессе, на радио или телеканалах». Можно сгруппировать исследования не по источникам, а по тематическим блокам (многие из них уже упоминались выше). Учеными разрабатываются теоретико-методологические подходы к исследованию этнически окрашенных медийных публикаций, анализируются масштабы, формы и сферы взаимодействия народов и культур, представляемые в

центральных и региональных СМИ, выявляются тенденции толерантного (или конфликтного) освещения межэтнического, межрелигиозного и межгосударственного взаимодействия, активно изучается «язык вражды» в разных региональных, центральных и зарубежных СМИ. В последние годы стали активнее разрабатываться технологии конструирования в СМИ образов своего и других этносов, а также образов своих и иных территорий, своих и иных лидеров и героев. Немаловажным остается выявление того, как отражают взаимодействие народов центральные и региональные СМИ, каковы место и общественная роль этнических и земляческих сообществ (включая интернет-сообщества) в современном информационном пространстве. Все эти и другие ракурсы рассмотрения деятельности медиаканалов являются важными и актуальными для изучения современного полиэтничного общественного пространства.

В отдельных случаях обществоведов, изучающих проблемы этнических или конфессиональных особенностей населения, в первую очередь интересуют формы и способы медийного освещения этнокультурной жизни народов, их современного или традиционного образа жизни, фрагменты материальной культуры и другие явления, которые так или иначе окрашены этничностью. Наши исследования показывают незаметные на первый взгляд, но очень значимые для людей различия в освещении их этнополитической и этнокультурной жизни в СМИ разных уровней. Например, если в центральной прессе в последние годы такие сюжеты о народах России встречаются нечасто, то республиканские СМИ уделяют этому немалое внимание. При этом интерес журналистов, а за ними и местных исследователей сосредоточивается в основном на представителях титульных этносов своих республик.

Еще одно важное направление исследований – изучение особенностей освещения в СМИ межэтнических и межконфессиональных отношений. В самом деле, для оптимизации социально-культурного развития страны важно знать: на что направляется общественное внимание россиян в разных ее регионах – на взаимодействие и сотрудничество народов или на поддержание напряженности и конфликтности в обществе. Здесь исследователи нередко фокусируют внимание на этических проблемах деятельности СМИ и журналистов, в частности, на их участии в распространении толерантной или конфликтной информации, поддержании в обществе мира и согласия или напряженности (Федотова 2013; Малькова 2002в, 2007). Наши исследования прессы фиксируют определенные различия по этому направлению в центральных и региональных СМИ (Малькова 2015). Если в центральной прессе мы видим пристальное внимание журналистов к тревожно-конфликтной информации, то в региональной прессе в последние годы внимание журналистов, а вслед за ними и исследователей, к конфликтной межэтнической тематике заметно ослабло, хотя и не исчезло совсем.

Один из интереснейших как для науки, так и практики вопрос – способы и формы медийного формирования идентичностей – этнической, региональной, общероссийской, он находится в центре внимания этнологов, этнополитологов и этнопсихологов. Иными словами, ученых интересует: какие информационные приемы и механизмы используют журналисты, СМИ и политики для влияния на формирование этнического, регионального и общероссийского самосознания? Какие содержательные акценты делаются современными журналистами и другими идеологами в СМИ разных регионов страны? Исследования центральных СМИ показывают заметное противостояние здесь разных групп идеологов, отстаивающих или

пророссийские, или либерально-космополитические идеи и взгляды. И не просто отстаивающих свои позиции, а распространяющих их в общественном пространстве и таким образом влияющих на общественное сознание. Отметим, что наши исследования показывают также заметное в последние годы и даже десятилетия ослабление внимания прессы российских регионов к общероссийской тематике и концентрацию преимущественно на своих местных культурно-бытовых сюжетах. В республиках интерес СМИ смещается на проблемы титульных этносов, сохранение и развитие их этнокультурных особенностей.

Освещение в прессе этнополитических процессов и событий также одно из важнейших направлений современных научных исследований медиа. Анализ данной информации выявил определенную динамику в освещении этих сюжетов в российских СМИ. В частности, в последние годы можно отметить замалчивание (в лучшем случае краткие упоминания) сложностей и общественной напряженности в этнополитической обстановке отдельных регионов страны.

Проблемы инокультурной миграции – очень важная тема для страны, для российских СМИ и для современных исследователей. Особенности ее медийного освещения ученые, конечно же, не могли оставить без внимания. На протяжении уже почти трех десятилетий этому посвящено немало научных работ. В ИЭА РАН также проводились исследования, связанные с медийным освещением миграционных процессов. Результатом этой работы стали многочисленные монографии и статьи, в которых не только отражены особенности массового переселения в Россию мигрантов из зарубежных стран и их адаптации, но и процессы внутренней миграции, взаимодействие мигрантов и принимающего сообщества (Малькова 2004б, 2007; Молодые москвичи... 2008; Остапенко, Субботина 2007), формирование новых диаспор в разных регионах страны, рост новых этнических элит и активизация их деятельности (Малькова 2011).

Особое внимание аналитики уделяют профессиональной и этической стороне работы журналистов, освещающих этнические процессы (Авраамов 1999; Кузнецов 2002; Малькова 2007). Научный анализ медийной информации выявляет заметные недоработки в деятельности СМИ по выполнению ими общественно важных функций. В частности, анализ роли современных медиа в консолидации народов России и в формировании общероссийского гражданского сознания показал, что СМИ недостаточно задействуют свой большой публицистический потенциал. Исследования республиканских изданий последнего времени фиксируют их определенную общественную робость и пассивность, зависимость журналистов от местных властей. Это мешает им самостоятельно ставить и рассматривать важные вопросы о состоянии и развитии местных сообществ, единстве и общности россиян, о самой России и ее народах, их общих ценностях, богатствах и единой цели – благополучно жить в стабильной и высокоразвитой стране. В центральных СМИ, наоборот, ведутся оживленные дискуссии о судьбе страны, наблюдается разнообразие точек зрения на такие понятия, как «патриотизм», «любовь к родине», «защита ее интересов».

В последние десятилетия активизировались исследования этнической деятельности, связанной с интернет-информацией. Ученые продемонстрировали повышенный интерес к интернет-сайтам, ориентированным на этнические аудитории, сюжеты и явления (Малькова, Тишков 2009б). В разных регионах страны изучается организация интернет-сообществ, созданных по этническому или конфессиональному признаку, исследуются основные направления их деятельности, рассматривается

структура этих сообществ, их цели и роль в сохранении и мобилизации этничности. Мы можем отметить актуальность и научную перспективность данных исследований для этнологической науки и понимания этнокультурных и этнополитических процессов, проходящих в настоящее время в России.

Что такое «этническая информация»?

Для наших исследований, связанных во многом с этничностью, важно четко определить: где конкретно находятся **основные узлы соприкосновения этничности и СМИ**? На основании длительного исследовательского опыта мы выделили несколько главных узлов, или точек, соприкосновения этничности со средствами массовой информации.

Организация самих «этнических» медиаканалов и их функционирование: речь идет как о центральных, так и о региональных информационных каналах – прессе, радио, телевидении. Мы имеем в виду их создание, определение необходимых для населения объемов вещания и этноязыковых аспектов информации, подбор специализированных журналистских кадров, адекватное финансирование каналов, их взаимодействие с общественностью, «кураторами» и спонсорами и т.д. При этом важно отметить необходимость разных подходов к созданию каждого отдельного канала СМИ, косвенно или целенаправленно освещающего вопросы этничности. Например, в России, кроме общеизвестных («наднациональных»), существуют и активно работают СМИ этнических диаспор и меньшинств. Они появились еще в середине 1980-х годов, но окрепли в основном в последние десятилетия. Несмотря на определенные трудности, они стараются нести в массовое сознание концентрированную этнокультурную информацию, переходящую порой в этнополитическую. К сожалению, статистические органы не ведут систематизированного учета подобных «этнических» изданий в России. Мы можем опираться лишь на личные наблюдения по отдельным регионам и на собственную коллекцию примеров таких изданий, собранную на семинарах и во время встреч с региональными журналистами.

Аудитория СМИ, получающая этническую информацию, – еще одна точка пересечения СМИ и этничности. Для деятельности СМИ, освещающих этнические аспекты общественной жизни, важны такие факторы, как этнический состав населения в регионах вещания, количественное соотношение представителей разных этнических групп, их половозрастная и социальная структура, давность и перспективы проживания на данной территории, степень интеграции в принимающее общество, их собственные этнокультурные интересы, реальные языковые практики, активность этнических активистов и т.д. Каждый из этих факторов имеет свои особенности в разных регионах России.

Один из важных узлов соприкосновения СМИ и этничности, а значит, и исследовательских задач, связан с **общественно-политической направленностью** или ориентацией каналов, а также с гражданской позицией их издателей, спонсоров, журналистов и других авторов, освещающих этничность и формирующих этноконфликтное или этнотолерантное сознание масс, соблюдение ими профессионально-этических и правовых норм. Здесь, как уже упоминалось выше, все еще отсутствуют реальные механизмы для регулирования толерантной деятельности журналистов.

И наконец, один из самых важных узлов соприкосновения этничности и СМИ – это **собственно этническая информация**, ее содержание и направленность, а так-

же ее возможный потенциальный эффект. Здесь требует изучения масса проблем, важных для регулирования межэтнических отношений в стране, среди них:

- позиции и задачи федеральных и региональных идеологов (явные и скрытые);
- объективное разнообразие и особенности этнической проблематики в федеральных, республиканских, областных и других СМИ;
- представленность разных этносов в СМИ (русский – титульный – меньшинства; этнические мигранты, зарубежные этносы);
- этнорегиональные особенности и акценты в подаче политической, экономической, культурной этнически окрашенной информации;
- распространение через СМИ этнических стереотипов (образы русских и россиян; образы «титульных» этносов и республик, образы этнических меньшинств и др.);
- толерантная или интолерантная направленность всей этнической информации;
- востребованность передаваемой информации аудиторией.

Как видим, точек соприкосновения СМИ и этничности, а также проблем для научно-практических исследований немало. И все они очень важны для реального сохранения межэтнического мира в стране.

Теперь обратимся к самой **этнической информации**. Рассмотрим кратко: что это такое? В последние десятилетия через российские и многие мировые СМИ большим потоком в массовое сознание передается так называемая этническая информация. Это одно из важных методологических и операционных понятий, довольно широко используемое в современной исследовательской практике и охватывающее множество информационных компонентов. Это упоминания в информационном пространстве о народах и странах, их национальных или этнических обычаях и ценностях. Это, конечно, и безграничное поле этнической политики и межэтнического взаимодействия, информация об этнической экономике, спорте и медицине, педагогике и других сферах общественной жизни. Но кроме того, этничность в СМИ – это еще и очень трудноуловимые явления, связанные с этнической психологией людей – чувствами, эмоциями, представлениями... Этническая информация – спокойная или гневная, сочувствующая или осуждающая, серьезная или насмешливая – может быть позитивной и толерантной, нейтральной или конфликтной и в зависимости от этого по-разному влиять на разных людей и их мировоззрение.

Основными признаками этнической информации в газете или в передачах радио и ТВ, а также в интернет-публикациях являются упоминания этнонимов, например: *узбекский, татарский, немецкий, английский, русский* и т.д. В некоторых случаях условными маркерами этничности в публикациях могут быть упоминания стран или республик (например: Грузия, Белоруссия, Казахстан, Татарстан), а также употребление слов, связанных с этничностью: *шовинизм, национализм, национал-экстремизм, ксенофобия, национал-фашизм* и др. (Малькова 2004в).

Важно подчеркнуть, что этническая информация, транслируемая через прессу, радио, ТВ и Интернет, может выполнять очень гуманную, толерантную миссию. Она просвещает, информирует, развлекает, может подвигнуть на добрые дела и выполняет еще много других полезных функций. Из этого источника люди узнают много нового не только о жизни других народов (этносов), но нередко и о своем собственном. Подобная этническая информация воспитывает у ее реципиентов интерес и уважение к другим народам, их жизни и достижениям. Позитивная этническая информация о собственном народе (этноте) также способствует формированию этнического самосознания, уважительного отношения к своей этнической

общности, своему этническому или национальному достоинству. Кроме того, толерантная этническая информация содействует выработке массовых позитивных представлений людей в области межнациональных отношений.

Однако существует много способов и технологий, с помощью которых можно внушить читателю (слушателю, зрителю) не только позитивную, но и негативную мысль или идею и, воспользовавшись теми или иными журналистскими приемами, убедить в ее правильности. Приведем говорящие цитаты из современных газет: *«Мы – великая нация. Мы дали миру великих художников, писателей, артистов!»*. Или еще: *«Наши спортсмены – самые сильные в мире»*. Очевидно, что с помощью подобных идей, систематически и в разных контекстах, повторяемых в массовой печати, можно формировать национальную гордость, национальное достоинство огромной массы реципиентов. Так и делается во многих СМИ разных стран. Это происходит порой и в СМИ наших российских республик, где людям внушаются идеи об их «этнической исключительности», особого исторического прошлого; где в массовом сознании поощряются и связываются именно с этничностью утверждения об их достижениях. В то же время подобные мифы и идеи в отношении других народов и страны в целом редко встречаются в современной региональной прессе.

Но есть примеры и того, как с помощью нескольких слов можно затронуть и негативно возбудить национальные чувства людей. Приведем иные цитаты: *«Нас не уважают другие народы, и мы сами позволяем им вести себя так. Нельзя терпеть это! Мы должны защитить свою национальную честь и достоинство!»*. Такое публичное высказывание вполне может намеренно взбудоражить чувства сограждан и даже мобилизовать их на те или иные деструктивные действия. Подобные примеры, к сожалению, в современной мировой истории не редки. Поэтому нет сомнений, что СМИ, разнообразно освещающие этничность, могут не только *объединять* полиэтничное население, например, с помощью идеи «Мы все – россияне и должны жить дружно», но и *разъединять* его на отдельные этносы, у которых свои цели и интересы, свои ценности, успехи и достижения. Такое разъединение достигается, например, делением людей в публикациях на «своих» и «чужих», провоцированием и раздуванием массовых этнических обид, «задеванием» этнических чувств и достоинства людей. В настоящее время существует много информационных способов и технологий, с помощью которых можно влиять на необходимое коммуникатору восприятие текста. Иначе говоря, СМИ предоставляют элитам удобную возможность с их помощью манипулировать массовым сознанием, регулируя таким образом общественные отношения.

Обратим внимание, что эти «не мы» или «другие» могут быть представлены в СМИ тоже неодинаково: либо как соседи или партнеры, с которыми можно найти точки соприкосновения, либо в образе серьезных конкурентов или врагов. Иногда всего лишь одна публикация может сразу же вызвать нарастание напряженности и враждебности между проживающими вместе представителями разных этнических групп. К сожалению, исторический опыт показывает, что этничность, передаваемая в разных формах через СМИ, может подвигнуть людей не только на добрые дела. Мобилизованная политиками и журналистами этничность, действительно, может сплотить представителей одного этноса, например, под лозунгом защиты национальных ценностей – родной земли, родной страны, религии и других национальных святынь. Мобилизованная этничность может возбудить национальное самосознание и на основе идеи конкуренции с «другими», «чужими», с теми, кто якобы

пытается отнять «у нас» «наши» ценности. Читателю и даже журналисту не всегда просто увидеть и осознать, что специальное, массированное формирование этнического сознания, нагнетание этнических страстей нередко направлены на распространение среди населения установок нетерпимости и призывов противостоять «им» как нашему противнику, защитить «нашу» ценность, отстоять ее, не отдать. Как известно, это нередко означает – не пустить, прогнать, выселить, убрать «чужих», «не нас», «этнически других», «не таких, как мы».

Подобные примеры конфликтной этнической журналистики мы фиксировали в 1990-х годах в прессе бывших союзных и некоторых российских республик. И в настоящее время мы видим многочисленные примеры выступлений СМИ, где не только сообщается, например, о пребывании в регионе инокультурных жителей, но и распространяются их негативные стереотипы и интолерантные этнические идеи. К сожалению, нередко именно СМИ, подталкиваемые политиками, инициируют эти, разъединяющие людей дискриминационные акции. Они создают в регионах этнопсихологическую напряженность, «выдавливая» инокультурных жителей из данной местности. Такую картину на рубеже столетий и в первое десятилетие XXI века мы наблюдали в прессе практически во всех крупных регионах и городах России. Поэтому авторам публикаций и воспринимающим их читателям (слушателям, зрителям) всегда следует осознавать созидательную или разрушительную роль информации. Само общество должно принимать меры и противостоять подобным негативным процессам, для чего необходимо их изучать и предупреждать.

Ракурсов и аспектов рассмотрения всех актуальных проблем, связанных с реалиями современной жизни в полиэтничном российском обществе, множество. Это противостояние тенденций толерантности и конфликтности в обществе, противодействие экстремизму, агрессивному национализму, фашизму и другим деструктивным явлениям; это защита и отстаивание гражданских прав и прав этнических меньшинств, формирование позитивных или негативных этнических стереотипов меньшинств и большинства, борьба этноисторических идеологий, освещение в СМИ многочисленных сюжетов, связанных с миграцией населения и т.д. Но главное – это сохранение самой полиэтничной страны и ее народа, стабильное экономическое и культурное развитие, гармоничные, сбалансированные межэтнические и межконфессиональные отношения. Научные исследования материалов и всей деятельности медиаканалов направлены в конечном счете на предотвращение и профилактику национал-экстремизма в российском обществе, на формирование установок толерантного сознания у многонационального населения нашей страны.

* * *

Может возникнуть вопрос: насколько велико этническое пространство в наших СМИ? Может быть, материалов, которые действительно несут в массовое сознание этническую информацию совсем немного? Но это не так. Наши исследования российской прессы фиксируют довольно большое и устойчивое внимание как центральных, так и республиканских СМИ к этническим аспектам современной общественной жизни. Мы выявили, что, например, в федеральных и столичных изданиях объем публикаций, содержащих этническую информацию, доходит до 15–20% от общего количества публикаций в каждом номере. В республиканских газетах их доля нередко превышает 50%. Это упоминания этнонимов, этнически окрашенные идеи и мифы, позитивные и негативные этнические стереотипы, использование

особых лексических форм и др. (Мы еще коснемся этого вопроса ниже.) Здесь же следует отметить, что немалая часть упомянутых материалов, особенно стереотипов, негативна, что нередко обижает людей, затрагивает их национальные чувства и достоинство (Малькова 2002а).

Важно подчеркнуть, что в последние десятилетия этническое пространство, вслед за реалиями жизни, разрастается и в журналистике. И это далеко не всегда оправдано. Этничность иногда без особой необходимости актуализируется и довольно широко распространяется через многие издания, в том числе молодежные, профессиональные, спортивные, музыкальные, литературные. Но всегда ли нужно подчеркивать этническую принадлежность героев публикаций в прессе, и не приведет ли это к нежелательным последствиям? Напомню, что недавно российское журналистское сообщество согласилось не упоминать в публикациях национальность преступников, что сразу стало заметно даже в таких активных изданиях как «Московский комсомолец» и «Комсомольская правда». Правда, постепенно это соглашение стало нарушаться, журналисты начали использовать другие формы информации: «*выходцы из южных стран*», «*куроженец Кавказа*», «*смуглые гости столицы*» и т.п.

Перечислим некоторые выделенные нами **способы передачи (распространения)** этнической информации в массовое сознание.

- Сообщения фактов о событиях в жизни этносов, их культуре, экономике, политике. Например, цитаты: «*Татарские школьники начали учить свою историю по новым учебникам*»; «*Тувинские шаманы участвуют в политической жизни своей республики*»; «*В Дагестане открылась фотовыставка “Лицо кавказской национальности”*». Это могут быть вполне нейтральные сообщения, но порой здесь может быть и опасность тенденциозного и негативного подбора фактов с этнической окраской.

- Использование в сообщении толерантной или конфликтной лексики в форме слов (лексемы) или словосочетаний. Они могут содержаться в заголовках и текстах, быть нейтральными (толерантными) или конфликтными, в форме насмешек, кличек, ярлыков, особых словообразований, агрессивных и скандальных выражений. В некоторых случаях в СМИ встречаются даже прямые оскорбления этносов (*черные, узкоглазые, чурки, чучмеки, хачики, азеры, киты* и т.п.) или конфликтные выражения (*чеченские бандиты, афганские террористы, лица кавказской национальности, лица азиатской национальности, укры, ватники, укро-фашисты*). Именно их (так же, как и другие формы) исследователи уже давно ассоциируют с «языком вражды».

- Создание и распространение этнических образов и стереотипов, позитивных или негативных, образов «нас» и образов «других» – друзей и партнеров или противников и врагов. Например: «Американцы – малообразованные, самодовольные люди; французы – легкомысленные; русские – ленивы и простодушны; аварцы гостеприимны и толерантны» и т.п.

- Распространение толерантной или конфликтной мифологии о прошлом, настоящем и будущем «нас» и «их», «наших» и «их» интересах и их защите. Например: «Это наша этническая территория, мы здесь “коренные”, поэтому мы должны иметь льготы и преимущества» или «Мы – особый народ, и другим не дано нас понять».

- Иллюстрации – рисунки, фотографии, карикатуры с этнической тематикой.

- Этнические идеи или идеологемы, иногда подчеркивающие пользу или вред «нам» со стороны других, например: «Слишком много этнических мигрантов приезжают к нам, они нам мешают, их надо выселить»; «Приезжие не платят налоги, привозят к нам опасные болезни, мешают образованию наших детей... Надо пре-

кратить прием мигрантов или резко ограничить его». Порой звучат подстрекательства, мобилизационные призывы: «Мы должны противостоять... Мы должны подняться, восстать, защитить, убрать...». Чаще всего идеи бывают обвиняющими («виноваты они» или, наоборот, «нас обижают»). Идеологемы бывают самыми разными. В наших исследованиях мы выделили до 20 типов, среди которых идеи противопоставления или соперничества этносов, идеи, связанные с обидами друг на друга, насмешки, ерничество, идеи запугивания и угроз, подстрекательства, идеи этнической мобилизации, идеи конфликтности и явной вражды... Но есть и консолидирующие и интегрирующие идеи, идеи общего социального оптимизма, сотрудничества и партнерства этнических групп и т.п.

Упомянутые выше формы или способы распространения этничности через прессу еще раз показывают, какой огромный потенциал толерантности или конфликтности может содержаться в информации, получаемой реципиентом только через письменный текст. В радио-, и особенно в телепередачах, дополнительно используются и другие нюансы – интонации, эмоции, громкость, музыка, разные шумы, а на телевидении еще и жесты, мимика говорящих, фон, на котором показывается событие и др. Подробно эти вопросы рассмотрены нами в работе «Этнические аспекты журналистики. Из опыта анализа российской прессы» (Малькова 2004в).

* * *

Можно выделить и **основные темы**, через которые в последние годы наиболее часто в СМИ распространяется этничность. Подчеркнем, что этничность в сообщениях СМИ пронизывает практически все сферы жизни – от большой политики до самых «мелких» бытовых событий. Большинство публикаций, имеющих этническую окраску, так или иначе связано с этнополитикой.

- Одной из основных тем для прессы, особенно республиканской, является **освещение этнокультурного развития этносов**. В начале 1990-х годов в российских республиках эти процессы показывались как «этническое возрождение», или «этнический ренессанс». Здесь нередко речь шла о проблемах этногенеза и демографии так называемых титульных этносов республик, об успехах «своих» этносов (своего народа) в прошлом и их интересах в настоящем и будущем. При этом, как правило, реконструируется или романтизируется историческое прошлое титульного этноса, реанимируются и мифологизируются его этнические герои и памятники, поднимаются вопросы о направлениях языковой политики в регионе, переименовании улиц, городов, поселков... Подобная информация направлена на формирование этнической идентичности у представителей определенной (титульной) группы, их сплочение на основе единой истории, единых ценностей, а порой и единой территории. Необходимо отметить, что далеко не всегда такие материалы содержат в себе только позитивный подтекст. В некоторых полиэтничных республиках с их помощью нередко одна часть населения психологически как бы отделяется от другой – иноэтничной, якобы нездешней, проводятся идеи желаемого доминирования одной национальности над другой, муссируются разговоры о необходимых льготах и привилегиях представителям так называемых коренных национальностей перед всеми другими. И в этом может заключаться общественная опасность подобных материалов.

- Важной и актуальной темой для современных СМИ является **освещение межнациональных (межэтнических) отношений в российских регионах**. Здесь

проблем, затрагиваемых прессой, масса. Это проблемы этнических меньшинств, издавна проживающих в городе или районе, проблемы недавних этнических мигрантов и принимающих этносов, выливающиеся порой в журналистских сообщениях в конфликты «своих» и «чужих», проблемы взаимоотношений и приоритетов этнических культур, языков и т.д. Освещение межнациональных отношений – огромная и, пожалуй, одна из наиболее болезненных тем для современных российских СМИ. Судя по данным наших исследований, контакты этносов далеко не всегда описываются в СМИ позитивно. Особенно неблагоприятно, когда это исходит со страниц федеральной и столичной прессы. Что касается республиканских и областных журналистов, то при освещении межэтнического взаимодействия в своих регионах, они в последние годы выступают заметно толерантнее, чем столичные.

- В постсоветское время еще одной острой темой стало **освещение вооруженных межэтнических конфликтов**. В прошлом это были события в Чечне и других горячих точках, теперь – на Украине, в Сирии, США. Как известно, описываемые в СМИ военные события далеко не всегда связаны с этническими аспектами жизни людей, но стараниями журналистов и политиков они становятся таковыми в массовом сознании. В публикациях по данной теме далеко не всегда можно встретить сбалансированную, объективную информацию. И это беда не только российских, но и всех журналистов и идеологов, выступающих в СМИ с патриотических позиций, «защищающих» свою страну или свою национальность с помощью слова. Здесь в очередной раз отзывается научная и юридическая неразработанность многих понятий, в том числе и такого ключевого, как патриотизм. Практически во всех публикациях СМИ о военных событиях заметны политические интересы, нередко прикрываемые этничностью или не всегда справедливым стремлением защитить «своих», помочь обездоленным.

- **Тема мигрантов или «понаехавших»**. Это очень актуальная, многоаспектная и острая тематика последних десятилетий, когда повсюду в стране, особенно в крупных городах, наблюдается ощутимое противостояние местных жителей и «пришлых». Оно, естественно, не остается незамеченным и в СМИ. Инокультурная миграция и создаваемые ею проблемы вызывают жаркие дискуссии не только в медиaprостранстве, но и во всем обществе. Причем инициаторами публичных обсуждений нередко являются сами СМИ. Но приносят ли пользу яркие, громкие и порой конфликтные медийные выступления, как, например, многочисленные ток-шоу на телевидении? Это вопрос спорный. И не только потому, что порой из-за крика участников трудно понять суть проблемы. Но результат чаще всего нулевой – покричали в телестудии и взбудораженные разошлись. А основные вопросы остаются нерешенными: мигранты продолжают въезжать в страну легально и нелегально, и справиться с их потоком обществу уже не под силу. Для СМИ это тоже проблема, кажущаяся неразрешимой. С одной стороны, они должны отстаивать принципы толерантности по отношению к приезжим и интересы работодателей, использующих дешевую рабочую силу и дающих рекламу самим СМИ. С другой стороны, среди журналистов также немало представителей принимающего сообщества, которые не хотят видеть свои города и села, перенаселенные чужими людьми с чужой культурой, чужими обычаями. Это ярко проявилось в последние годы в медийной презентации мусульманского праздника Курбан-байрам в российских городах. Не только простые жители протестовали против массовых жертвоприношений и молитв на

площадях городов, но и сами журналисты. В результате власти были вынуждены принимать определенные ограничительные меры.

- **Проблемы «этнического криминала».** Эта тема, отражающая создание и распространение чаще всего негативных этнических стереотипов, также конфликтотенна. Нередко именно в подобных материалах представители разных этносов (за исключением русского и некоторых других) представляются как преступники, а сами преступления связываются авторами публикаций с определенными национальностями. Иногда один-два тенденциозных примера в СМИ оставляют впечатление чуть ли не о поголовной преступности среди представителей какой-либо национальности (грузины, чеченцы, азербайджанцы, цыгане...). И это не только оскорбляет невинных, вызывает обиду у представителей этих национальностей, но и способствует распространению в массовом сознании негативных этнических образов целых этнических групп.

- **Взаимоотношения республик и федерального центра.** Эта тема актуализируется в прессе в зависимости от конкретных поводов, возникающих или в Центре, или в конкретном регионе. В последние годы она утратила свою медийную остроту. Тем не менее в СМИ все же отражались отдельные сюжеты, например, выборы в Саха (Якутии) и Калмыкии, позиция Татарстана по некоторым спорным конституционным вопросам, события в Башкортостане и др. В подобных случаях СМИ вместе с политиками довольно активно используют этничность, играют на национальных чувствах населения, резко восстанавливая массовое сознание жителей республик против «коварного» федерального центра. К этой же группе публикаций можно отнести и материалы о росте напряженности между бывшими союзными республиками и Россией. Конфликты Россия – Грузия, Россия – Латвия, Россия – Украина и другие активно освещаются нашей и зарубежной прессой, что тоже не всегда делается корректно.

- **Обсуждение проблем национал-экстремизма и различных этнических фобий** – еще одна большая и очень острая тема для современной журналистики. В разных изданиях эти проблемы освещаются также неодинаково. Иногда это кампании осуждения случаев экстремизма, общие для всех СМИ, что бывает при острых информационных поводах. Но временами отдельные СМИ сами иницируют обсуждение подобных тем и представляют их далеко не всегда с толерантных позиций. За последние годы в центральной прессе наблюдался ряд таких кампаний, касавшихся проблем кавказофобии, чеченофобии, юдофобии, цыганофобии, а теперь украино- и русофобии. Нередко подобные, не совсем профессионально сделанные публикации (порой это делается намеренно и прикрывается «неопытностью» автора), сами становятся предметом общественного обсуждения и вызывают ненужный всплеск негативного интереса к этническим различиям людей, нагнетают межэтнические страсти и напряженность в обществе. В последние годы к этой же теме можно отнести и выступления против терроризма, где также нередко в сообщениях всплывает этнический признак.

- **Освещение этноконфессиональных и межконфессиональных проблем.** Эта тема также порой становится особенно острой для наших СМИ, некоторые из которых не просто касаются проблем разных конфессий, но и сталкивают их между собой – православных с католиками, христиан с мусульманами... Здесь нередко

появляются «заказные» публикации, очень тенденциозно рассказывающие о том или ином персонаже или событии в этой сфере.

Все перечисленные выше (как и многие неупомянутые здесь) этнические проблемы, освещаемые современными СМИ, свидетельствуют о взрывоопасности подобной информации для межэтнических отношений в полиэтничном сообществе. Каждая содержит в себе огромный потенциал этнической либо толерантности, либо конфликтности. От журналиста и его спонсоров зависит, какие идеи, стереотипы и нормы он хочет распространить в обществе – тревожность и отчужденность, неуверенность, страх, противостояние и столкновение представителей этнических групп, или наоборот, способствовать мирному спокойному настрою своих земляков и сограждан, с которыми он живет и будет жить дальше в нормальном и стабильном обществе.

Авторы, освещающие проблемы этничности в СМИ, – это в первую очередь журналисты. От деятельности журналистов, их профессионализма в большой степени зависит, наступит ли в стране межнациональный мир или будет продолжаться межнациональная напряженность, вспышки межнациональных конфликтов, попытки этнического сепаратизма, случаи этнической дискриминации. Это огромная тема, о которой надо специально говорить и изучать ее. Наши исследования показывают, что, кроме журналистов, авторами многих публикаций являются и другие персоны: например, в федеральной и московской прессе это политики и представители творческой интеллигенции, в российских республиках и других регионах – это местные административные чиновники, которым СМИ предоставляют свою трибуну. Поэтому необходимо специально говорить не только о работе и просвещении журналистов, общественном контроле за их деятельностью, но также и о позиции других лиц, с идеологических позиций освещающих проблемы этничности.

Научно-экспертное рассмотрение деятельности СМИ по освещению всех форм этничности – это важная научно-практическая задача. Кроме того, для исследователей, изучающих этнополитический, этнокультурный и этнопсихологический фон в стране или регионе, этническая информация в традиционных СМИ, а теперь и в Интернете – ценнейший этнокультурный, этнопсихологический и исторический, источник.

ФОРМИРОВАНИЕ ИДЕНТИЧНОСТИ В ДОРЕВОЛЮЦИОННОЙ РОССИЙСКОЙ ПРЕССЕ

«Российская нация как форма коллективной идентичности в большей степени строится сверху, преодолевая как внутренние (верхушечные и низовые), так и внешние противодействия. Так всегда и было в истории современных государств, ничего не изменилось и сегодня», – это утверждение академика В.А. Тишкова лежит в основе концепции о нациестроительстве (Тишков 2013в). Любую группу людей, а тем более нацию, временно или на долгий срок объединяют общие цели и стремления, общие ценности и идеалы, общие представления о своем прошлом и будущем, а также определенные социально-политические и экономические факторы. Конечно, все это условно. И, как справедливо отметил В.А. Тишков, четкого определения нации, как некоего, объективно существующего типа социальной группировки людей, дать нельзя (Тишков 2001: 18). Большие группы людей вряд ли можно надолго скрепить и объединить только едиными представлениями, ценностями или стратегиями развития. Тем не менее нельзя не видеть, что для членов любого сообщества существуют многие постоянные и незыблемые ценности, связанные прежде всего с их безопасностью, территорией и страной проживания, образом жизни, историей и культурой, другими основными ценностями и святынями.

Известно, что коллективное осознание своей общности (коллективная идентичность, или массовые представления людей об их единстве) сближает отдельных индивидуумов, интегрирует их в сообщество, причем гражданская идентичность способствует сплочению людей как граждан страны, а этническая – объединяет в этническую общность. Оба эти явления не статичны, они изменяются, развиваются, а порой выполняют не только позитивные, но и деструктивные, разъединяющие общество функции (например, разделяют людей даже внутри группы на «наших» и «иных»), противопоставляют их друг другу и нередко отвергают «чужих»).

Гражданская и этническая идентичность, коллективная память общества, его основные ценности и другие компоненты общественного сознания – каждый из этих феноменов имеет свой набор структурных элементов, которые могут в чем-то совпадать и по существу, и по функциям. Но живут и развиваются эти составляющие общественного сознания, включая идентичности, чаще всего не сами по себе, а при явном участии направляющего влияния групповых элит, интеллектуалов и всего общества. Наряду с процессами естественного развития, именно групповые элиты (политико-административные, идеологические, военные, частично художественные и др.) с помощью отлаженной системы пропаганды и других регулирующих механизмов целенаправленно создают и корректируют (хотя и не все это публично озвучивают) массовые представления людей о принадлежности к той или иной этнической или гражданской общности, важнейших групповых ценностях и символах, целях и интересах своего сообщества, необходимой солидарности его членов. Все это призвано помочь развитию сообщества, а также его защите в случае опасности.

Конструирование коллективных представлений о своей общности, солидарности и единстве ее членов, групповых ценностях, взаимодействии с другими в разные периоды истории и в разных ситуациях было неодинаково. Если в древние времена основными ценностями для людей были жизнь своя и своих близких, свое имущество, дом и территория, и люди должны были их совместно защищать, то со

временем набор этих ценностей – и личных, и коллективных – заметно расширился. В ходе социальной практики возникло историческое групповое сознание, накопился определенный жизненный опыт, развилась историческая коллективная память уже сформировавшегося «совокупного субъекта». В этой коллективной памяти суммировался набор относительно устойчивых материальных и духовных ценностей, а также сведений о прошлом – былин, легенд, сказов, мифов. Порой акцент в этих «наборах» и в их содержании кардинально менялся в зависимости от ситуаций и авторской позиции. Постепенно члены сообщества стали осознавать необходимость сплочения, ценность своего единства и целостности, взаимосвязи поколений, через которую идет передача накопленного опыта. В сообществе возникают общие традиции, формируются определенные общественные ритуалы, создается свой набор сакральных коллективных ценностей, накапливается и корректируется так называемый общий фонд памяти, включающий коллективные знания и умения, полезные для жизни, разрабатываются стратегии безопасности и развития. Исследователи не раз подчеркивали, что коллективная идентичность процессуальна и конструируема, поскольку является результатом постоянно действующих процессов производства «образа общности», его трансляции, идентификации с ним, а также реализации этой идентификации в социальном пространстве (Степанова 2010; Пашков 2008).

В общественном сознании при поощрении элит живут коллективные представления не только о членах группы как о «нас» самих, важная роль отводится и представлениям о «других», людях, окружающих «нашу» группу, их территории и ресурсах, коллективных достоинствах и недостатках, стремлении сотрудничать с «нами», или наоборот, мешать и вредить «нашей» группе. «Наши» ценности и традиции во многом отличаются от «чужих», поэтому встает задача сохранить и защитить «свое» от исчезновения и забвения. Перед лицом опасности стихийно и направленно возбуждаются не только такие коллективные чувства и эмоции, как страх и опасения за «наше» настоящее и будущее, но и «наши» гордость и достоинство, честь и интересы. Все это способствует внутренней общественно-политической консолидации группы – гражданской или этнической, сплачивает ее на короткое время или на длительный период.

Одновременно для массового сознания с помощью «наших» ценностей и представлений, при активном участии «наших» общественных институтов и элит, очерчиваются культурно-психологические, этнорелигиозные и прочие границы группы, отделяющие ее от «других», «иных». Таким образом, для лидеров группы, для всей правящей верхушки накопленная группой социальная память становится важным инструментом влияния, фактором организации и управления общностью.

Социальная память группы (этноса, государства, а теперь и других территориально-административных единиц) так же, как и групповая идентичность (одной из форм их сохранения и развития, их носителем является язык), передаются и распространяются не только непосредственно от человека к человеку. Общественно ценная информация сначала стихийно, а затем направленно в течение веков и тысячелетий накапливалась и распространялась как через устное народное творчество, ежедневную передачу опыта, через литературу и произведения искусства, так и через многочисленные общественные и государственные институты (образовательные и воспитательные, административные, правовые, силовые, культурные, религиозные). В последние, более чем три столетия, социальная информация о стране и ее жителях хранится и распространяется еще и через периодическую и другую печать, к которой позднее добавились радио, телевидение, Интернет, кинематограф и

другие новые информационные каналы. Исследователи справедливо считают, что на определенном этапе формированию многих идентичностей в значительной степени помогло «печатное слово» (или «печатный капитализм»), создавшее новую систему коммуникации – технические средства для распространения знаков и текстов (Лукина 2004; Рязанов 2007; Яковенко 2005). Печатное слово помогает нации сохранить накопленный общественный опыт и передать его дальше, от поколения к поколению. И огромная роль в этом уже давно принадлежит средствам массовой информации.

Анализ материалов отечественных СМИ наглядно показывает их идеологическое непостоянство, фактологическую избирательность, их зигзагообразную и конъюнктурную деятельность, а в некоторых случаях и «намеренную забывчивость» в процессах формирования коллективной памяти. И это, конечно же, свойственно не только российским СМИ. В соответствующей научной литературе такие действия называют *процессами дезорганизации социальной памяти*, или *общественной амнезией*, – осознанными действиями, направленными на «забывание» информации (Кумыков; Бакиева 2001; Рикёр 2004; Лыкова 2011). Нередкие проявления «общественной амнезии» связаны чаще всего с изменениями общественно-политических условий. В качестве причин исследователи также называют почти очевидное политическое и юридическое сведение счетов с прошлым; критику официальных версий истории и возвращение в массовое сознание вытесненных воспоминаний; замену идеологии «забвения» идеологией «памятования», национально-культурного наследования и преемственности культур; активное развитие мемориальных практик и генеалогических изысканий; повышенное внимание к сбору архивов и открытию «памятных мест» и т.д. Таким образом, постепенно, в том числе и с помощью СМИ, в стране вырабатывается «общий фонд памяти», способствующий скреплению жителей в гражданское сообщество, а при известных условиях – и в нацию.

Гражданская и этническая идентичность – это важные, но не единственные составляющие коллективных социальных представлений. Они функционируют рядом с другими многочисленными компонентами этих коллективных представлений – территориальной, политической, гендерной, возрастной, культурной, цивилизационной, религиозной, расовой, языковой, профессиональной, семейно-родственной, городской или сельской идентичностью и со многими другими представлениями группы. Наблюдающиеся на рубеже XX–XXI вв. в нашей стране определенные общественно-политические разногласия и метания элит, корректирующих массовые представления, отдельные исследователи называют кризисом общегражданской идентичности. Одни аналитики видят его признаки в крушении прежнего уклада жизни, растущем социальном неравенстве, падении уровня жизни, криминализации, культурной дезориентации, что приводит к стихийному формированию «негативной идентичности». Другие – связывают кризис общегражданской идентичности со снижением позитивных характеристик «своей» группы, ростом негативных представлений о «нас», критикой и переоценкой «нашей» истории, «наших» исторических героев, с явной рассогласованностью компонентов коллективной памяти и отсутствием значимых и ясных коллективных целей, а также недоверием властям, их компетентности, их СМИ, с их коррумпированностью и закрытостью. Все это, по мнению некоторых экспертов, может привести к коллективной пассивности общества, к его ослаблению и чуть ли не к распаду (Тлеуж 2011; Каримов 2012).

Каковы же механизмы мобилизации идентичности? В исторической практике различных сообществ эти механизмы, как и поводы для ее актуализации и мобилизации, известны и отработаны. Среди них выделяются – *опасность, страх, войны*,

соперничество, конкуренция, а также жалость, стыд, стремление сохранить себя, свои особенности, свои ценности.

Рассмотрим некоторые коллективные представления, образы, ценности и идеи, которые на протяжении столетий предлагались и внедрялись отечественными элитами в массовое сознание населения нашей страны и которые стали важнейшими компонентами, идеологически и психологически скреплявшими многонациональный народ России в единую державу. Кроме того попытаемся кратко напомнить об основных структурных элементах официальной коллективной памяти, которые в разные исторические периоды «задавались» российскому обществу идеологами «сверху» и распространялись через СМИ, а также проследить их эволюцию.

С начала XIX в. в периодической печати России стали появляться систематические материалы о разных странах и народах. Идеи патриотизма и гражданственности, отражаемые в отечественной периодике на всех последующих этапах истории, восходят именно к тому времени. Авторы и издатели видели свою задачу в том, чтобы *«порождать охоту к взаимному сообщению мыслей, познанию гражданских обязанностей и любовь к отечеству»* и считали, что *«разумное законодательство и просвещение – это путь, по которому должен идти исторический прогресс»* (Соревнователь просвещения и благотворения 1818).

Еще граф С.С. Уваров, министр народного просвещения (1833–1849), ратовавший за *«образование, правильное, основательное, необходимое в нашем веке»*, считал православие, самодержавие и народность *«последним якорем нашего спасения и вернейшим залогом силы и величия нашего отечества»*. На многие годы он таким образом сформулировал основные направления идеологической деятельности российского государства, которые во многом актуальны и сегодня. Он писал: *«Посреди быстрого падения религиозных и гражданских учреждений в Европе, при повсеместном распространении разрушительных понятий, в виду печальных явлений, окружавших нас со всех сторон, надлежало укрепить Отечество на твердых основаниях, на коих зиждется благоденствие, сила и жизнь народная, найти начала, составляющие отличный характер России и ей исключительно принадлежащие... Самодержавие, православие, народность – вот те главные начала, которые надлежало включить в систему общественного образования, чтобы она соединяла выгоды нашего времени с преданиями прошедшего и с надеждами будущего, чтобы народное воспитание соответствовало нашему порядку вещей и не было чуждо европейского духа»* (Уваров 1833).

Рассматривая проблемы конструирования идентичностей в разных изданиях дореволюционного периода, подчеркнем традиционно широкое использование отечественной периодикой XIX – начала XX в. темы патриотизма и гражданственности как одной из основ формирования общественного сознания в России.

Образ Отечества, конструировавшийся российскими идеологами периода войны с Наполеоном, возникает из полузабытых материалов прессы того времени. Прделанный нами анализ многочисленных публикаций журналов и альманахов начала XIX в., особенно известного и популярного в России «Сына Отечества» за 1813 г., позволяет увидеть основные ценности и идеи того времени, направленные на формирование общероссийской гражданской идентичности. Это – *сама наша страна, ее народ, ее высшая власть* (в тот период – государь) и многое другое. Прежде всего обращает внимание многократное упоминание самой страны – России, но не как жертвы военного нападения французов, а как большой ценности, святыни для российского народа. Во многих публикациях журнала за 1813 г. встреча-

лись выражения: «Святая Русь», «Россия», «Любовь к Отечеству», «Защита чести и независимости России», «плодоносные места России», «Россия, верная Богу и Государю», «Отец Отечества – обожжаемый наш монарх», «Смерть, полезная Отечеству», «Истинный сын Отечества», «Любезное Отечество», «Привязанность к Отечеству», «Жертвовать спасению чести и свободы Отечества», «Почитать Отчизну». Даже из этого краткого перечня видно, как авторы статей – русские офицеры, писатели и поэты, журналисты и просто читатели, рисовавшие образ своей страны, опозитивировали и мифологизировали его, акцентируя для гражданского и этнического сознания такие ценности, как *сама страна, ее независимость, ее честь и свобода, Бог, Государь* и др. Коллективный образ россиян, в основном русских людей, представленный в публикациях первой четверти XIX в., естественно, был позитивным – *«сыны России», «верные российские войска», «великий русский народ», «непобедимое российское войско», «преданные Родине русские герои», «спасители Отечества»*... Как показывают материалы малоисследованных историками давних отечественных изданий, идеологи того времени почти также, как и в наши дни, эмоционально подчеркивали *«глубокую мудрость российских полководцев», «великодушные русских воинов», воспевали «неустранимость росссов», «российскую гордость, храбрость россиян», «ожесточение против врагов»*.

На этом фоне довольно жалким выглядел *«наш противник»*, каким представляли его российскому общественному мнению в публикациях той поры: *«враги России и человечества», «разорители Отечества нашего», «толпы робких беглецов», «враги Отечества нашего», «злодеи французы», «наглость и неистовство французов превышали всякое вероятие»*. Авторы времен Отечественной войны 1812 года особенно подчеркивали боевые и гражданские доблести соотечественников: *«О! Великой народ русской! Ты, конечно, превзошел все народы по своей любви к родимой стороне, по любви к славе Отечества и по особенной приверженности к своему Государю»* (Сын Отечества. 1813: 6).

Восхищаясь вместе с автором русским народом и его подвигами, мы, тем не менее, отмечаем, что приведенный текст – это пример массовой идеологической пропаганды, использовавшейся в начале XIX века еще не так искусно, как теперь. Но эта деятельность отечественной прессы по целевому созданию массовых представлений о русском народе и его Отечестве в период грозящей стране опасности была направлена на сплочение членов российского общества, усиление их патриотических чувств и настроений для защиты родины. В материалах российской периодики того времени, делавшей акцент на гражданственность и патриотические чувства, мы можем фиксировать «спускаемое сверху» переплетение, смешение двух неразрывных идентичностей – гражданско-российской и этническо-русской (с православными элементами).

В многочисленных газетных и журнальных публикациях о военных кампаниях, которые Россия вела в XIX – начале XX в., подобные идеи и общественные ценности встречаются часто. Как правило, они использовались отечественными идеологами в моменты опасности для мобилизации национального сознания, подъема русского патриотизма и выполнения гражданского долга. Важными ценностями для общественного сознания в разные времена были – *«польза и слава нашего дорогого Отечества», «дорогая Родина», «православная матушка-Русь», «необъятные пространства Российской империи», «защита Царя и Отечества»* (Русский Вестник. 1904: 3). С помощью таких идейных установок в общественном сознании формировался не только образ родины как одной из важнейших ценностей национального

самосознания – огромной православной страны с плодоносными землями, но и образ русского народа, верного своему Отечеству и государю, «*мощному своей нравственной силой и духом любви к Родине*», «*с необычным подъемом народного духа на Руси*», «*с глубоким патриотизмом*» (Там же). Подобные материалы в прессе, особенно в дни военных побед, формировали в общественном сознании образ русского народа-богатыря, народа-воина, победителя. «*Да, беспримерно велика у русских любовь к родине, – пишет один из журналистов в начальные дни Русско-японской войны (1904–1905), – и прямо героическое чувство сознания своего долга к Отечеству. Достаточно одного царского слова, призывающего свой народ к защите Отечества, чтобы народ не только рвался на бой с врагом, но и нес свою последнюю копейку на алтарь Отечества, на нужды войны. И такой народ думают победить какие-то ничтожные японцы или зазнавшиеся немцы, англичане!?... Еще Фридрих Великий говорил, что русского солдата мало убить, но еще нужно его толкнуть, чтобы он упал. Эта война, быть может, откроет всем глаза – и нашим врагам, и нашей не в меру скромной дипломатии на вопрос – с каким народом они имеют дело*» (Русский Вестник. 1904: 4). Так прямолинейно и напористо представлялся обществу и внушался массовому сознанию образ родной страны и русского православного народа в начале XX в.

Таким образом, дореволюционная отечественная пресса, и в тот период направлявшаяся своими правящими элитами, проявляла большой конструктивистский интерес к организации и формированию коллективных общественных представлений россиян о стране, гражданского и этнического самосознания населения (в основном русских), понимая его огромное значение для самого существования страны. Структурными элементами этого самосознания, его основными ценностями были «*Отечество – Россия*», «*верховная власть – Государь и святость его власти*», «*русский народ*». Русский народ, согласно публикациям того времени, – это огромный и неоднородный государствообразующий этнос, вокруг которого живут и другие народности – подданные России.

Вместе с тем, даже бегло рассматривая материалы российской периодики дореволюционного периода, нельзя не отметить, что и тогда наряду с этнотолерантными публикациями встречались отдельные материалы (особенно на рубеже XIX–XX вв.), где тема *инородцев* в России имела порой яркую национал-шовинистическую и антисемитскую направленность. Подобные идеи были зафиксированы нами в газетах и журналах в период поражения российской армии в Русско-японской войне и позже – в период так называемой реакции и вплоть до 1914–1915 гг. Тем не менее в моменты опасности, при возникновении военной угрозы, когда пропаганда русской этничности в прессе обычно заметно интенсифицировалась, идеологи представляли общественному сознанию еще одну сторону образа российского (русского) народа – народа-богатыря, народа-победителя. Главной мобилизующей и объединяющей идеей в обществе становилась идея коллективной защиты Родины от врагов, идея незыблемости Российского государства и православной веры, верность Государю.

Какие выводы можно сделать на основании приведенных материалов? Основными постулатами общественно-политической пропаганды (частью которой являлось и просвещение, в том числе религиозное) были в дореволюционный период *Отечество, власть, народ и православие*. И, хотя каждый из них представлялся идеологами в разные периоды по-своему, они в совокупности с другими общественными ценностями составляли основу духовной крепости государства в дореволюционной России.

• **Родина, Отечество** – одна из важнейших идеологических ценностей того времени. Авторы газетных публикаций писали о ней, употребляя следующие характеристики: «*Родина – это огромная православная страна, с плодоносными землями*»; «*Необъятные пространства Российской империи*»; «*Дорогая Родина*»; «*Православная матушка-Русь*»; «*Отечество – Россия, наша страна*»; «*Наша территория и ее границы, земля и ее ресурсы*»; «*Независимость страны и ее свобода, ее честь*»; «*Стратегии безопасности и развития, государственные интересы, благополучие страны, справедливость*» и в целом – «*Польза и слава нашего дорогого Отечества*». Все это провозглашалось в общественном пространстве и многочисленных печатных источниках главными ценностями для российского населения.

• Другая важнейшая общественная ценность – **народ**. Коллективный образ россиян предстал в дореволюционной отечественной периодике в основном как «*русский народ – самобытный и талантливый, народ-труженик, а иногда народ-мечтатель, который, несмотря на многочисленные трудности, идет своим путем в истории*». При этом пресса не обходила вниманием и другие народности, являющиеся российскими подданными. Всем россиянам присущи «*наша (общая) гордость, наши честь и достоинство*», а также «*страх и опасения за наше настоящее и будущее*». Тема народа была тесно связана с темой родины. На одно из важных мест в журналистике того времени выходят темы *общероссийской гражданственности, патриотизма, боевых и гражданских доблестей народа, совместной защиты своего Отечества*. По словам авторов публикаций, *русский народ – богатырь, народ – победитель, верный своему Отечеству и государю*. Ему свойственно «*геройское чувство своего долга перед Отечеством*», «*неустранимость россом*», «*российская гордость, храбрость россиян*», «*ожесточение против врагов*». Чувство долга перед Родиной внушалось общественному сознанию через периодику как главная идея для «*нашей коллективной безопасности и благополучия*».

• Третья общественная ценность, на которую обращали пристальное внимание дореволюционные идеологи, – **высшая власть** страны. Это были символы и атрибуты единства и отличительности народа – *Государь и святость его власти, российский гимн, флаг, герб, государственные институты, столицы (Первопрестольная и Санкт-Петербург), российские законы, армия, другие силовые структуры, деньги...* Основная идея – сохранность власти, или «*защита Царя и Отечества*», была незыблемой, но особенно она актуализировалась во время военных кампаний.

• **Православие**, объявленное министром С.С. Уваровым еще одним из «*якорей нашего спасения и вернейшим залогом силы и величия нашего отечества*», также использовалось идеологами для укрепления сплоченности основной части российского населения. Но в светских изданиях эта сфера, если не считать особых случаев, была не очень заметна.

• **История** страны и российского народа, его **культура** и многие другие общественные ценности также присутствовали на страницах газет и журналов, формируя у читающей дореволюционной России гражданское самосознание, общую историческую память, общие коллективные чувства и эмоции, представления о членах группы как о «нас» и чувство национального отличия от других, иных народов и стран.

Таким образом, исследование дореволюционной отечественной периодики еще раз показывает, что русско/российская традиционалистская коллективная идентичность активно конструировалась и распространялась в общественном сознании до советского периода через периодику.

ПРОПАГАНДА ГРАЖДАНСКИХ И ЭТНИЧЕСКИХ ЦЕННОСТЕЙ В ПЕРИОД ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ

После Февральской и Октябрьской революций 1917 г. российские идентичности (общегражданская, этнические и др.) были разрушены, как и многие общественные ценности и официальные идеологемы, сопровождавшие умы и души россиян на протяжении столетий. «Богоданную» и сакральную в прошлом *власть* свергли и уничтожили, *православие* задвинули в дальний угол. А *Родина, Отечество* стали предметом раздора в Гражданскую войну, разделившую, казалось бы, единый народ на красных, белых, зеленых и прочих. У каждого из этих сообществ появились свои главные ценности, но Родина – Отечество, своя земля и ее богатства, ее история и культура оставались общими для всех противоборствующих сторон. И еще много десятилетий спустя вынужденные эмигрировать или бежать за границу граждане бывшей «имперской» России не могли без волнения вспоминать свою против воли покинутую родину.

В советский период, длившийся свыше 70 лет и состоявший из более коротких, но значимых исторических отрезков времени, деятельность СМИ по формированию гражданской и этнической идентичности также определялась государственной внешней и внутренней национальной политикой и господствовавшей в то время в стране интернациональной идеологией. После Октябрьской революции, уже к 1923 г. в основном был восстановлен объем периодических печатных изданий, существовавший в России в 1913 г. Новая власть серьезно оценивала прессу (и кинематограф) как важный канал влияния на массовое сознание. В стране издавались центральные и региональные газеты и журналы, позднее, примерно с начала 1930-х годов, широко распространилось радиовещание, затем с конца 1950-х – телевидение. Практически на протяжении всего советского периода одним из мощных информационно-пропагандистских каналов был кинематограф. В национальных республиках для жителей этих регионов выходили газеты и журналы на национальных и русском языках. Деятельность этих и всех других идеологических каналов была, кроме прочего, направлена как и до революции на укрепление единства и мощи теперь уже советской страны. Но несколько иначе.

Опираясь на многочисленные исследования российской прессы, проведенные в ИЭА РАН, мы можем фиксировать заметную преемственность дореволюционной и советской отечественной журналистики (несмотря на ряд известных издержек и перекосов) в формировании общегражданской и этнической идентичности населения. Советская власть также, как и ее предшественники, хорошо понимала не только важнейшую роль СМИ в формировании массового сознания в целом, но и общественно-политическое значение коллективных представлений населения о своей стране, ее общественных ценностях и интересах, важнейшей из которых всегда оставалась Родина и ее защита от внешних и внутренних опасностей. Новая власть, а именно господствовавшая большевистская, переименованная затем в коммунистическую, партия очень тщательно определяла направления пропаганды и в центре, и в каждом регионе страны. Многочисленные советские идеологи и другие партийные функционеры постоянно следили за правильностью исполнения «принципов организации и деятельности, форм и методов работы, задач и целей СМИ на различных этапах революционного движения и коммунистического строительства в

нашей стране» (КПСС о средствах... 1979). Большинство рекомендаций, резолюций, циркуляров и других партийных установок обобщались в серьезных изданиях, незаслуженно полузабытых в наше время.

Газет и журналов в советский период издавалось немало – центральные, областные, республиканские, районные, городские, профессиональные, для детей и юношества. Но основной, условно выражаясь, «идеологической указкой» была ежедневная газета «Правда» – печатный орган партии, один из главных инструментов руководства идеологической деятельностью и духовной жизнью в стране. Поэтому мы считаем обоснованным представить именно ее материалы при рассмотрении процесса формирования социальной памяти и коллективной общегражданской идентичности. На протяжении десятилетий многие формулировки «Правды» были установочными – *«великий русский народ»*, *«старший брат»*, *«старший среди равных»*. Они цитировались другими общественно-политическими изданиями, фиксировались в общественном пространстве и закреплялись в массовом сознании как аксиомы.

Какие же ценности и идеи использовала советская журналистика для формирования общегражданской и этнической (русской) идентичности? В небольшом очерке невозможно охватить всю советскую историю и даже все направления деятельности одной газеты, хотя бы и такой значимой для того времени. Поэтому остановимся лишь на некоторых важных моментах в жизни большой страны.

1937 год – первый год после принятия «сталинской Конституции», год 20-летия Октября и 15-летия образования СССР, год выборов в Верховный Совет СССР. И год, печально известный как один из наиболее жестоких в жизни страны, в ее советской истории.

В то же время это был период активного строительства нового общества, о котором искренне мечтали миллионы советских людей всех национальностей. Сплочение народов многонациональной страны для *«успешного строительства социализма и перед лицом надвигающейся внешней опасности»* стало в тот период одной из основных стратегических целей правящей в стране партии ВКП(б) (впоследствии КПСС). Поэтому публикации «Правды», кроме всего прочего, были направлены на пропаганду, внедрение и укрепление идеи общности и единства советских народов, на их сплочение.

Единение и сплоченность народов-этносов, важность и необходимость их консолидации подавались в ореоле имени **Сталина и «его» Конституции**. Сталин, по утверждениям идеологов, являлся *«величайшим символом страны»*, *«символом ее единства»* (Правда. 06.11.1937). Только количественные подсчеты упоминания имени Сталина в 1937 г. (228 раз в 31 номере газеты) красноречиво показывают, как, с точки зрения идеологов того времени, были важны для укрепления единства страны имя и образ ее руководителя. В целом народ, представленный в «Правде» тех лет (за исключением редких и коротеньких заметок об отдельных рабочих и колхозниках), – это масса, воспевающая Сталина в письмах, песнях и стихах и *«созидающая под его руководством свое счастливое будущее»*. По словам газеты, народ был *«ликующим и счастливым»*, *«свободным и сильным»*, его жизнь – *«это радостная демократия, могучая, счастливая и свободная»* (Правда. 12.12.1937). Другую важнейшую и традиционную для российской официальной идеологии и журналистики ценность – **патриотизм** – сталинские идеологи рассматривали и пропагандировали в массовом сознании как *«проявление верности дорогому и лю-*

бимому Сталину», чей «твердый голос отчетливо командует сотнями миллионов бойцов, ведя их к новым битвам» (Правда. 12.12.1937). И в то же время советский патриотизм провозглашался газетой как «беспощадная борьба с врагами народа», с «бандой разведчиков, убийц и вредителей, в общем – со всей этой дрянью, которой мы, конечно же, прижмем хвост» (Из речи В. Молотова. Правда. 06.11.1937).

На этом фоне и при этих обстоятельствах «Правда» писала также о «советском народе» и «советских народах», составлявших его. Чаще всего это был не столько фактический материал, сколько лозунговый. Газета, занятая в то время в основном политической и лишь отчасти экономической информацией, мало внимания уделяла обычной жизни советских людей, их заботам и проблемам. Многочисленные упоминания республик и национальностей были связаны в основном с митингами, демонстрациями и другими кампаниями, организованными из Центра (выборы в Верховный Совет, юбилей Октября и др.). Характерные заголовки публикаций «Правды» говорят сами за себя: «Шествие счастливого казахского народа» (15 ноября), «Три самых счастливых дня в жизни татарской женщины», «Радостная жизнь раскрепощенной туркменской женщины» (1 декабря) и др. По данным контент-анализа, упоминания о русском народе встречались в рассматриваемый период в среднем 2 раза в номере. Однако далеко не всегда это была содержательная информация, чаще всего лишь стереотипные выражения – «воспевание дружбы советских народов во главе с русским рабочим классом ...», благодарность ему от других народов, так как он «под руководством партии Ленина – Сталина шел во главе» ... В 1937 г. идея *ведущей роли русского народа*, вернее «русского рабочего класса» среди других народов СССР, хотя и сравнительно активно, но весьма однообразно пропагандировалась газетой. Такие понятия, как *Россия*, *Русь* и даже *РСФСР*, в «Правде» употреблялись довольно редко, в то время как названия других советских республик так и пестрели на ее страницах. На 475 публикаций газеты, зафиксированных в нашей выборке (31 номер за ноябрь–декабрь 1937 г.), приходится 530 упоминаний союзных республик (без РСФСР) и всего 14 – *Русь*, *Россия*, *РСФСР*. Отметим при этом определенную направленность пропагандистского потока на Украину (113 раз) и Грузию (70 раз). Подобная же картина с упоминанием национальностей: чаще других «Правда» в тот период упоминала грузин – 32 раза и украинцев – 28 раз.

Вместе с тем, нельзя не отметить, что, пропагандируя идеи советского патриотизма, газета нередко опиралась на имена деятелей русской культуры, иногда истории, на людей, сыгравших заметную роль в жизни русской нации и страны в целом. Но при этом их национальность специально не подчеркивалась. Наряду со многими политическими деятелями 1920-х – 1930-х годов (отдельно многочисленные упоминания Ленина – 124 и Сталина – 228), в публикациях «Правды» фигурируют также ученые, писатели, композиторы – россияне. Среди них немало еврейских фамилий, поэтому речь идет не о русской, а скорее, о российской культуре.

Таким образом, можно фиксировать, что в один из труднейших политических этапов в жизни страны (довоенный 1937 год) официально, с помощью газеты «Правда», а значит, и другой периодики, в массовом сознании советских людей конструировалась и закреплялась не столько этническая, сколько общегражданская (общесоветская) идентичность. Задачи построения нового общества и надвигающаяся внешняя опасность требовали еще большего сплочения и консолидации населения, в том числе, и в первую очередь, с помощью идеологии. Основными идеологи-

ческими ценностями в тот период, судя по публикациям «Правды», были не этнические, а политические – *представитель верховной власти, глава государства Сталин, советский народ (народы), патриотизм, демократия и социалистическое (коммунистическое) будущее*. Русская этническая идентичность советскими идеологами тогда практически не акцентировалась.

Великая Отечественная война 1941–1945 гг. – труднейший период в жизни страны. Советская государственная пропаганда должна была напрячь все свои силы, чтобы поднять и мобилизовать граждан на защиту Отечества. Какие же общенациональные ценности, какие идеи, мотивы и стимулы, какие идеологические приемы использовались властями в этих обстоятельствах?

Анализ материалов «Правды» показывает, что непосредственно перед началом войны идеологически образ России был полностью совмещен с образом Советского Союза. В праздничной передовой статье (Правда. 01.05.1941) говорилось: *«Советский Союз – это прекрасная весна человечества. Советский Союз – это страна, где рабочий класс в союзе ...сломал и уничтожил строй..., где оплодотворенный гением Ленина, расцвел чудесный, неведомый доселе союз братских республик»*. Газета пестрит выражениями – *«бывшая Российская империя», «страна», «Советский Союз»*. В первомайском приказе народного комиссара обороны СССР читаем: *«Наша великая Родина – Союз Советских Социалистических республик стоит несокрушимым утесом в бурном море международных событий... Да здравствует наша могучая Родина – Союз Советских Социалистических республик... Будьте готовы к защите своей социалистической Родины!»*. Это обращение, как и все другие заявления руководства страны, относились не только к русским, не только к россиянам, чья республика являлась составной частью Советского Союза. Теперь речь в пропаганде шла о *«народах нашей великой Родины», «трудящихся великого Советского Союза», «единой семье народов СССР»*. Кроме того, государственная партийно-идеологическая машина выставляет вперед и другие ценности, объединяющие народ в единое целое. Внимание читателей сосредоточивается на таких общих для всех ценностях, как *советская земля, наша жизнь, наше революционное прошлое, наши праздники, наша Родина, ведомая твердой сталинской рукой, и ее могущество*. Для всех советских людей, согласно публикациям «Правды», особыми ценностями стали *«новые трудовые победы, мудрая сталинская политика мира»* и вместе с тем *«Москва, Красная площадь, руководители партии и правительства во главе с гениальным тов. Сталиным»*. 3 мая 1941 г. газета помещает статью Н. Вирта «Мысли у трибуны»: *«Там, в торжественной тиши, в сумеречном мерцании, в отблесках гранита и хрусталя покоится Великий человек. Его имя стало символом мирного и свободного объединения людей, символом дружбы народов»*. Так, в момент всеобщей опасности, еще раз представляется советским людям *Ленин*, как один из величайших символов Отечества и очень значимая ценность, объединяющая и сплачивающая советский народ.

Структурные элементы, составлявшие на уровне идеологии и официального массового сознания образ Родины, кроме упомянутых, включали в себя и такие компоненты, как *«наше могущество и наша сила», «лучшие люди советской земли»* и, конечно же, *«ученик Ленина и великий продолжатель его дела, тов. Сталин»*. Набор этих стереотипов в различных вариантах встречается в предвоенной «Правде» во многих публикациях.

Однако, несмотря на бодрые заметки газеты, тревога, вызванная надвигавшейся «на нас» войной, ощущалась и на ее страницах. Май 1941 года. Мировая война уже идет. И государственно-партийные идеологи уже не замалчивают свою тревогу. Они указывают на *«ответственность перед любимой Родиной»*, опять говорят о ее *«могуществе, боевой защите Родины»*, *«смертельном ударе любому врагу, посягнувшему на нашу Родину»*. Эти и подобные выражения мелькают на страницах «Правды» в те дни. Центральная союзная газета, выходившая в Москве – столице многовекового русского (русского) государства, газета, чьи материалы были направлены на формирование взглядов и представлений многих народов, в том числе и огромного русского, не имевшего, в отличие от всех других, своего национального издания (газета «Советская Россия» появилась только в 1956 г.), – эта газета перед началом войны молчала, ничего не публикуя о русских, русской культуре и истории! Пропагандистский акцент был направлен на общую для всех народов Родину, государство, его территорию и революционное прошлое, на защиту социалистического строя, большевистской партии и Советской власти, на самоотверженный коллективный труд... и на Сталина.

И вот началась война. Известие о ней поразило страну. Всеобщее потрясение, шок месяц за месяцем все возрастали. 23 июня 1941 г., в понедельник вышел большой первый военный номер «Правды». Как же изменилась в этот краткий период государственная идеология, замалчивавшая ранее русский фактор? Что представили государственные идеологи и политики массовому сознанию? Известная речь В. Молотова в эти страшные для всей страны часы содержала следующие выражения: *«Советский Союз, наша страна, наши города, наши границы, СССР, территория нашей Родины, наш народ, настоящий советский патриот, партия, советское правительство, великий вождь – товарищ Сталин»*. Вместе с этими уже несколько измененными и приглушенными довоенными акцентами в массовое сознание вводится и затем всеми идеологическими каналами тиражируется лозунг: *«За Родину, за честь, за свободу!»*. Впервые это прозвучало у Молотова. В других текстах – заметках о возмущении советских людей *«неслыханным нападением на нашу страну»*, репортажах с многочисленных московских митингов, с заводов и фабрик виден формируемый в новых условиях образ конкретного врага, помешавшего нашей мирной жизни. **Образ врага**, врага внешнего и внутреннего, практически постоянно присутствовавший в официальной периодике, а значит, и в общественном пространстве (кстати, как в военное, так и в мирное время), конструировался и озвучивался в СМИ для мобилизации людей, для единения и поддержания общесоветской идентичности. *«Подлое нападение, германские оккупанты, фашистские головорезы, разбойничий налет, кровавая банда немецких фашистов, подлая шайка убийц, взбесившиеся фашистские правители Германии, отребье рода человеческого, фашистские варвары, мразь, коричневая змея, фашистские гады, кровавые руки, хищники...»*, – такова страшная лексика (риторика) начала войны, тиражируемая главным советским партийным изданием в массовое сознание своего потрясенного населения! Вместе с этой эмоциональной риторикой в главном идеологическом органе страны содержатся и некоторые мобилизующие призывы к населению: *«Отсечем кровавые руки фашизма!»*, *«Задушим Гитлера!»*, *«Фашистов постигнет...»*, *«Враг будет разгромлен»*, *«Советский народ раздавит фашистских псов»*... Сопоставив содержание многих русских былин, мы можем увидеть здесь, в газете «Правда», определенные мотивы древнерусского эпоса – призыв соплеменников на защиту своего Отечества, хотя и в очень грубой лексической форме. Присутствуют

и некоторые аналогии с публикациями дореволюционной отечественной прессы, о чем мы уже упоминали.

Из многих эмоциональных лозунгов и призывов, обнаруженных в первом номере главной советской газеты, вырисовывается **образ «нас»** и **образ «нашей родины»**. Эти образы и понятия часто сливаются. «Мы», как показывает газета, – *это Советский Союз, наша страна, наша земля, священные границы нашей родины, ее просторы, кровью завоеванная свобода. «Мы» – это советские патриоты, сплоченные вокруг партии и правительства, вокруг нашего вождя – товарища Сталина. «Мы» – это советские люди, готовые все, как один, встать на защиту своей родины за правое дело. Это – могучая, хорошо экипированная Красная Армия, это – многомиллионный советский народ-богатырь... И это – русский народ.*

Именно в этот день, 23 июня 1941 г., в главной партийной газете страны выходит на поверхность **идея, связанная с русским народом**, с образом могучей русской силы, с образом Руси – России – богатыря. У Молотова в речи этого не было. Но в другой публикации, также помещенной в тот день на первой странице «Правды», призывавшей: *«Все, как один, встанем на защиту нашей любимой Родины»*, читаем слова красноармейца Гогоберидзе (!): *«Германские захватчики неоднократно посягали на свободу и независимость русского народа... Но все их попытки... Героический русский народ много веков назад... Чудское озеро... В Семилетней войне XVIII века занял Берлин... В 1918-м народы Советского Союза вышвырнули германских оккупантов за пределы нашей родной страны... Такая же участь... Зарвавшиеся фашистские головорезы...»*. Это было началом. Идея исторического опыта, исторических побед именно русского народа стала использоваться идеологами во всех репортажах о митингах советских людей для мобилизации массового сознания: *«Много раз злые враги пытались поработить наше Отечество и отступали с позором... И сейчас, под руководством великого Сталина мы...; Мощный удар не раз получали враги нашей Родины...»*. Заметим, что в речах и выступлениях не раскрывался конкретный исторический опыт русского народа, но он непременно упоминался. Во многих публикациях газеты (выступлениях взволнованных советских людей на фабриках и заводах), несомненно, подготовленных сверху, читаем: *«Наш народ любит воевать и умеет побеждать (?! – В.М.)... Вспомним времена Суворова, Кутузова. Вспомним, как мы прогнали и уничтожили могучие армии Наполеона... Гражданская война... Интервенты из 14 государств... Великая мощь нашего народа-богатыря... Наша любимая Родина... Вождь... Это им не малые народы, беззащитные, слабо вооруженные. Они почувствуют, что значит иметь дело с великим русским народом, с многонациональным Советским Союзом... Мы немцев били и будем бить!»*. И опять звучит: *«Родина, Честь и Свобода»*.

Идея использования исторического опыта и исторической памяти русского народа в мобилизации патриотических чувств и настроений в стране явственно прослеживается в материалах под рубрикой «Голос советской интеллигенции». Впечатляют слова известного русского советского писателя Л. Соболева: *«Не первый раз стеной встает русский народ на защиту Родины, на защиту своей свободы от иноземных поработителей... Русский народ во время монгольского ига... Куликовское поле... Повалил завоевательный гений Наполеона... Русский народ всегда вставал из глубин своих равнин и степей каждый раз, когда безумный ум очередного завоевателя пытался копьями, штыками заставить его... Встаем не в равнинах старой России, встаем на просторах Советского Союза. Мы ждали этого дня, он*

не внезапно... А нужно одно: все..., самую жизнь свою отдать великому историческому делу, привычному нам – отстоять Родину».

Привлекает внимание необычный феномен: во многих публикациях этого номера «Правды», несомненно, подготовленного официальными идеологами (только ли русскими?), неоднократно упоминается кровь – *«кровавые руки врага, хищник, перемазанный кровью, Гитлер – торговец народной кровью, кровавые зверства, окровавленное перо, чернила наливаются кровью, кровавая рука фашизма...»*. Все эти пропагандистские приемы чрезвычайно будоражили людей, взвинчивали их психику. И вели к конструированию новых идей, нового облика «нас»: *«Будем биться до последней капли крови!»; «Я – донор. Отдам свою кровь»; «Кровь наших братьев...; кровью завоеванная свобода; Отцы, проливавшие свою кровь...»*. Подобные пропагандистские утверждения, высказанные с такой «высокой» трибуны, были рассчитаны в основном на эмоции простых людей, скорее всего, русских, и только потом – на разум. Конечно, и здесь в структуру образа Родины – главной в тот момент коллективной ценности – входят такие общие для всех стран идеологические и реальные составляющие, как родная земля, священные границы, мирная жизнь. Но встречаются и специфические советские элементы, в основном риторические: *«наш цветущий советский сад; наши революционные завоевания; дело Ленина – Сталина; партия, советское правительство и наш великий вождь – товарищ Сталин»*. Идеологи (Ем. Ярославский) обращаются к российской истории и перечисляют *«славных русских полководцев – Кутузова, Багратиона»* и др.; *«героев Перекопы, героев войны против панской Польши, славных полководцев Гражданской войны – Чапаева, Щорса, Лазо, Пархоменко...»*; *«Массовый героизм в защите Отечества...; морально-политическое единство всего общества...; содружество народов...»*. Опять звучат утверждения: *«Страна – самая передовая, могучая социалистическая держава...; Не за мнимое Отечество, а за свою, горячо любимую, овеянную славой советскую Родину...»*.

Интересен сам факт внезапного обращения партийных идеологов огромного полиэтничного государства к пропаганде исторического и военного прошлого только русского народа. Конечно, русские – это государствообразующий этнос, самый многочисленный народ страны, реальная ее опора и защита. И русская мощь, и русская сила в первую очередь призываются на поле брани. В самом деле, коллективная память о подвигах русской истории веками хранилась в народном сознании, передавалась через поколения в устных преданиях, литературе и других источниках – песнях, сказках, поговорках, былинах. И именно быстрая актуализация и реанимирование этого коллективного духовного богатства смогли в определенной мере мобилизовать народ. Несомненно, исторические факты специально отбирались и интерпретировались, особым образом излагались и толковались, но в момент смертельной опасности для страны государственные идеологи не могли не использовать этот исторический фонд народной памяти.

Конечно, все народы имеют свою коллективную память, в том числе историческую, и собственный военный опыт. Но история и все общественные науки представлялись советским народам в те времена через тщательную цензуру союзного центра, которая служила российской имперской идее, державной политике, завуалированной впоследствии идеей интернационализма. Многие партийные идеологи того времени, дававшие патриотические установки в массы, несмотря на замалчивание русского фактора, сами были воспитаны (в том числе) на примерах русской

истории и включены в русскую культуру. Таким образом, у большинства советских людей вольно или невольно поддерживались представления о том, что русский народ и есть «основной» в нашей стране, «старший брат» для всех других. И многие верили в это, способствуя развитию великодержавного шовинизма. Причем с этими идеями соглашались не только русские, но и многие представители других этносов, а позднее, уже в 1950-х – 1980-х годах эту пропагандистскую идею во многих регионах поддерживала и республиканская интеллигенция. Идеология «старшего» и «младших братьев» процветала, хотя негласно с ней многие не соглашались.

Газета «Правда» – идеологическая «указка» для всех средств массовой информации трудных военных лет с помощью многих приемов конструировала образы Родины – Отечества – Отчизны и ее народа. За неимением возможности, мы представим лишь отдельные материалы, показывающие образ коллективного советского сообщества.

«Правда» от 2 ноября 1941 г. Предпраздничные ноябрьские дни. Столице страны – Москве грозит реальная опасность. Поэтому мотивы Родины звучат с газетных страниц особенно пронзительно: *«...Для нас нет сейчас другой мысли, кроме мысли о Родине... Мы – граждане великого Советского Союза... Мы знаем, что Родина с нами. Родина в нашей крови, в наших сердцах... Родной голос любимой Москвы... Свободная советская земля... Родная Москва... Любимая, великая столица... Кремль... Отдадим себя целиком Родине, делу ее защиты. За Москву, за Родину, за Сталина – вперед! Не подпустить врага к родной Москве!»*. Из этих эмоциональных публикаций видно, что не только огромные просторы страны с ее лесами, городами и реками являются общими ценностями, которые подверглись нападению врага. В опасности и ее святыня – **столица**, величайшая коллективная ценность всего народа. Все резервы должны быть подняты для ее защиты. В эти страшные для страны дни «Правда» цитирует слова Сталина, разъясняющего людям, что *«цель врага – восстановление власти помещиков в стране, восстановление царизма, разрушение национальной культуры и национальной государственности русских (!!! – В.М.), украинцев, белорусов, литовцев... и других свободных народов Советского Союза, их онемечивание, их превращение в рабов немецких князей и баронов»*. Один из главных идеологов того времени Ем. Ярославский, цитируя Сталина, пишет: *«Правительство Деникина – Колчака – есть правительство кабалы русского народа. Советское правительство – есть правительство освобождения русского народа»*. Таким образом, в момент величайшей опасности для страны идеологический акцент на Россию и на русский народ в советской пропаганде не только не утихает, но еще больше усиливается. 7 ноября 1941 г. в опубликованном в «Правде» докладе Сталина говорилось: *«И эти люди, лишенные совести и чести, люди с моралью животных, имеют наглость призывать к уничтожению великой русской нации, нации Плеханова и Ленина, Белинского и Чернышевского, Пушкина и Толстого, Глинки и Чайковского, Горького и Чехова, Сеченова и Павлова, Ретина и Сурикова, Суворова и Кутузова...!»*. Какой великолепный ряд русских (российских) интеллектуалов, деятелей культуры и военачальников был отобран пропагандистами для формирования коллективных представлений о нашей стране и нации! Многие национально-этнические ценности специально реанимируются в народном сознании, многие вехи истории специально воскрешаются, многие российские деятели вспоминаются на самом высоком уровне. Вот что такое – Родина в опасности. И **идея спасения Отечества** любой ценой, провозглашенная официальной советской пропагандой, объявляется в этот период национальной русской идеей. Щемящие душу слова

А. Толстого о Родине, Отечестве, о «нашей земле», «гнезде нашем», о «ржаном хлебе и занесенной снегом избе», о «говорах русского языка и о нас – хранителях и сторожах земли Русской» не могут никого оставить равнодушными. «Родина – это движение народа по своей земле из глубин веков к желаемому будущему, в которое он верит и создает своими руками для себя и своих поколений. Это вечно отмирающий и вечно рождающийся поток людей, несущий свой язык, свою материальную и духовную культуру и непоколебимую веру в законность и неразрушимость своего места на земле» (Правда. 07.11.1941).

Рамки раздела не позволяют нам подробно остановиться на дальнейшей актуализации русского фактора в советской пропаганде того времени, а затем (с поворотом хода войны в пользу СССР) – и на некотором его идеологическом сдерживании. Здесь мы лишь подчеркнем, что тема патриотизма, любви к Родине, ассоциируемая в те страшные годы не столько с Советским Союзом, сколько с Россией, была в военной «Правде» одной из ведущих. Пропаганда использовала разные методы и способы организации и формирования единого патриотического сознания граждан, единого коллективного восприятия ими происходящих событий. При этом очень заметен пропагандистский акцент не столько на рациональную информацию, сколько на эмоциональную составляющую. Особую, важную роль в этом играли публикации российских писателей и поэтов: «...Я – русский человек. Шапку снимем перед грозой, а в сердце кровь не остановим; холод по телу пустим, но в теле не удержим. Еще смеем сказать беде: убирайся откуда пришла» (Правда. 11.11.1942).

Какие только образы ни использовала пропаганда для массивованного формирования представлений людей о своей родине, о своем народе для повышения их ценности в коллективном сознании масс! В первые годы войны это были **русская родина, русское отечество, русская история, русские люди...** Воспитывая национальную гордость, пробуждая у людей задремавшее (зажатое?) за предшествующие десятилетия национальное (этническое) самосознание, привлекая деятелей культуры, а также современные и классические художественные произведения, пропагандистские структуры показывали реальные факты и одновременно реконструировали мифы и легенды о великом русском народе-богатыре, как сеятель широко шагающем по своей истории и храбро сражающемся на этом пути со злыми врагами.

И в дальнейшей, уже послевоенной истории страны важными темами для советской идеологии оставались священная советская **родина**, могучий советский **народ и власть** (коммунистическая партия с ее меняющимися генеральными секретарями). В пропагандистскую структуру понятия «Родина», несомненно, включалось и такое явление как **советская власть**. Эта традиционная общественно-политическая ценность для всех сообществ пропагандировалась и жила в массовом сознании советских людей в этой идеологической конфигурации практически до распада Союза, а во многом осталась в памяти старшего поколения и до наших дней. Разумеется, и в те времена далеко не все почитали и уважали «*ученика Ленина и великого продолжателя его дела, тов. Сталина; дело Ленина – Сталина; партию и ее могущество; большевистскую партию и Советскую власть; советское правительство и нашего великого вождя – товарища Сталина; руководителей партии и правительства во главе с гениальным тов. Сталиным...*». Не все уважали, но вынуждены были считаться с этими явлениями, как и в любом другом сообществе.

Все эти важнейшие общественно-политические ценности идеологически «скрепляли» население страны в трудный период, консолидировали его в единое сообщество, отстаивающее независимость своей Родины от внешнего врага.

ИНДОКТРИНАЦИЯ И НЕКОТОРЫЕ ЕЕ ОСОБЕННОСТИ

Индоктринация – это сложное, двустороннее и пока все еще недостаточно изученное явление, по крайней мере, в его сегодняшней форме. С одной стороны, это процесс целенаправленного распространения властвующими группами в общественном пространстве неких идей (идеологем), ценностей, доктрин, стереотипов и оценок с целью формирования в массовом сознании определенных взглядов, представлений и установок. Это явление сходное с информированием, просвещением, обучением, воспитанием, но более всего с пропагандой. Его нередко называют «промыванием мозгов», «зомбированием» или «контролем над массовым сознанием». Но с другой стороны, оно также связано с некритическим восприятием человеком предлагаемых ему мнений, идей или доктрин. Таким образом, речь идет о двустороннем процессе – распространении в общественном пространстве или навязывании обществу через различные формальные (институциональные) и неформальные каналы особых взглядов на мири их некритическом восприятии реципиентами. Нельзя не согласиться с замечанием о том, что общество на бессознательном уровне способствует распространению того, против чего возражает на уровне рациональном (Макаркин 2018).

На этом сложном психологическом перекрестке сталкиваются разные процессы и явления: намеренная идеологическая обработка массового сознания и якобы добровольная самоидентификация личности с группой через принятие определенных групповых ценностей и идей (*«Я разделяю предлагаемое мнение, я согласен с предлагаемой оценкой»*). Важно подчеркнуть, что индоктринация – это не простое распространение специально подготовленной информации, а некоторое навязывание ее населению, хотя далеко не всегда заметное. Поэтому индоктринация – это один из способов манипулирования людьми, способ неявного (а иногда и явного) внедрения в массовое сознание важных для элит идей, комментариев, взглядов на происходящие события. Индоктринация – это включение в общественное пространство тенденциозных, а нередко и искаженных представлений о реальности, недостоверных фактов (фейков), полуправдивых новостей, а также образов и стереотипов. Это также транслирование необоснованных обвинений и упреков «нашим» противникам и установок «нашим» союзникам. Индоктринация многолика, она существовала практически всегда под разными названиями, но в последнее время в связи с распространением новых информационных технологий, в условиях заметного обострения межгосударственных отношений и повышения политической активности в обществе ее проявления стали особенно заметны. Разновидностями этого явления в современном информационном пространстве практически всех стран стали, например, слухи, информационные фальшивки, фальсификации, фейки. В некоторых случаях это так называемые информационные «утки»; *«развесистая клюква»*; *«лапша»*, которую вешают на уши обывателям; *«нурга»*, которую несут «осведомленные источники»; а также намеренные вбросы сомнительной и недостоверной информации, фальшивых комментариев и т.п. Формы индоктринации, как и ее проявления, весьма обширны.

Цель индоктринации многообразна. В одних случаях это внедрение в массовое сознание особой информации для формирования и укрепления групп своих сторонников, их сплочения вокруг общих групповых представлений и оценок, вокруг некой общей для них идеи и цели – для того чтобы противостоять, защитить, создать, отнять... Или сохранить влияние. Одним из мотивов для принятия недоосто-

верной информации может быть «инстинкт коллективного выживания», который, как считает М. Веллер, диктует обычному человеку пренебречь своей точкой зрения, а верить в правоту лидера и коллектива. По его мнению, в исторических трудностях выживали только те, кто действовал согласованной группой. Вместе со всеми есть шанс выжить, а в одиночку, даже если ты прав, пропадешь (Веллер 2018). В процессе индоктринации конструируется и внедряется в массовое (групповое) сознание и направленный образ «своей» и «чужой» группы, границы между ними становятся более четкими, усиливается их противопоставление друг другу. Чаше всего индоктринация связывается с социально-политическими процессами, но также нередко применяется и в других сферах общественной жизни – военном противостоянии, спортивных состязаниях, бизнесе, маркетинге, рекламе.

Явление индоктринации пока еще полностью не изучено, многие вопросы остаются неясными. Прежде всего, не отработаны понятия, связанные с этим явлением. Не совсем ясен и вопрос взаимоотношений индоктринации и пропаганды, явления очень близкого к индоктринации. Интересным представляется и вопрос о том, является ли религия одной из форм и проявлений индоктринации? Ведь и здесь речь идет об огромной сфере общественного бытия, связанной с формированием массового сознания, с восприятием идей, представлений и мифов, которые целенаправленно распространяются и внедряются в массовое сознание на протяжении столетий и тысячелетий. А противоположная сторона – реципиенты воспринимают эти идеи и мифы, далеко не всегда критически их осмысливая. Интерес вызывает и вопрос: всегда ли индоктринация имеет только негативный смысл или в некоторых случаях она может быть и позитивным, созидательным явлением? Ответ на него совсем неоднозначен, как кажется на первый взгляд.

Вспомним, что в свое время этот информационно-пропагандистский прием был не раз успешно использован государством и обществом в глобальных социально-политических целях, например, в многократной мобилизации и сплочении населения вокруг идей спасения страны от захватчиков, вокруг защиты наших национальных святынь и ценностей, вокруг организации общегосударственных строек, освоения целины, строительства БАМа и т.д. С помощью разных носителей массовой информации, в первую очередь через СМИ, кинематограф, через произведения искусства, массовые песни и другие каналы людей мобилизовали на массовые политические и общественные движения, массовые работы, массовые акции в поддержку (или против) кого-то или чего-то. При этом общество официально как бы не замечало многих издержек и даже жертв для достижения большой намеченной и пропагандируемой цели, для «общего блага» и построения «светлого будущего» для всех. Главным был «народный» энтузиазм, «всенародная» поддержка и одобрение заданной сверху цели.

Обычно такие информационные действия проводятся в форме долгосрочных или кратких общественно-политических кампаний, инициируемых или поддержанных государством и правящими группами, в руках которых находятся центральные и региональные СМИ. В последние годы примеры проведения подобных информационных кампаний можно видеть в возросшей общественно-государственной активности в политической, патриотической и спортивной сферах под лозунгами патриотизма, любви к родине, побед в спорте... Все это направлено в том числе и на объединение и сплочение россиян в общероссийское национальное сообщество, на противостояние «нашим» внешним и внутренним противникам.

Действительно, СМИ – пресса, радио и телевидение на протяжении долгого времени являлись основными **каналами индоктринации**, но не единственными. Традиционными носителями или инструментами индоктринации можно назвать и другие явления, предметы, массово и не всегда явно распространяющие и поддерживающие определенные представления, идеи и ценности. Это, например, кинофильмы с иллюзиями о счастливой советской жизни («Кубанские казаки», «Трактористы», эпопея об Иване Бровкине, позднее «Москва слезам не верит» и многие др.), это и плакаты советского времени, настраивавшие молодежь на созидательный труд, например, на целине, строительстве БАМа и др.



Плакат с призывом осваивать целинные земли. 1954 г.



Мобилизационные плакаты советского времени

(<http://novoaltaysk.com/wp-content/uploads/2013/10/>; <http://lingvostranovedcheskiy.academic.ru/pictures/>; <http://profiok.com/upload/medialibrary/ru>)

Активными инструментами индоктринации служили в советский период бодрые и вдохновляющие песни о счастливом пионерском детстве, комсомольской юности. Их контекст всегда был направлен (не только отвечая искренним убеждениям людей, но и благодаря Главлиту, художественным и другим советам, самим авторам, верящим и не верящим в предлагаемую идею) на воспитание патриотизма

и любви к родине, партии и правительству, на стремление к справедливости и давней мечте человечества – «светлому будущему».



Плакаты советского времени о счастливом детстве

(<https://go3.imgsmail.ru/imgpreview?key;> <http://psychologiya.ru/wp-content/uploads/2011/01/podgotovka-oktyabryat>)

Способы индоктринации, ее механизмы и практики разнообразны. Большинство ее «носителей» характеризуются наличием в контенте не столько рациональных разъяснений, сколько повышенной эмоциональностью, подчеркивающей привлекательность явления и желание присоединиться к нему. Порыв, восторг, пафос, экзальтация, энтузиазм, акцент на чувстве патриотизма, самопожертвования, желание включиться в общее дело, помочь ему – все это используют деятели индоктринации. До сих пор, по прошествии почти трех десятков лет, бывшие советские люди, воспитанные на этих ценностях и идеях, почти безотчетно их воспринимавшие, во многом сохраняют заложенные в них прежние представления об единстве государства и народа, о социальной справедливости, необходимости совместного владения общими природными богатствами, патриотизме... И несмотря на насмешки новых, в большинстве своем неолиберальных СМИ, многие россияне остаются верными этим давно заложенным в их сознание идеям и ценностям.

Приемов индоктринации, которую по некоторым общим чертам вполне можно идентифицировать с пропагандой, в наше время известно множество. Эти приемы и методы применялись в отечественной прессе еще со времен Петра I, конкретнее – с выхода первого номера газеты «Ведомости» в 1703 г. Император, самолично редактировавший первые номера «Ведомостей», потребовал, чтобы в публикациях было преувеличено количество пушек и мортир, которые якобы имелись у России на тот момент, с целью дезориентировать и напугать противника. И впоследствии в разное время подобные методы также использовались в военных сводках и в периодической печати для дезориентации противника. Но современное общество хочет получать правдивую и честную информацию, чтобы гражданам самим понимать происходящие процессы, решать участвовать или не участвовать в них, а также противостоять тем или иным нежелательным явлениям. Перед обществом остаются неясными многие вопросы. Насколько велика опасность индоктринации? С какими целями и кто организует и управляет этими манипуляциями? И кто является их жертвами? Стоит ли обществу защищаться от этого процесса, если он в разных проявлениях существует со времени сотворения мира? И если, учитывая дальнейшее быст-

рое развитие информационных технологий и привыкание к ним больших масс людей, в некоторых случаях он неизбежен, то как можно отличать достоверную и правдивую информацию от искаженной и ложной, от так называемой фейковой информации и пропаганды? Все это требует серьезного научного исследования.



Плакаты советского времени о счастливой жизни
(<https://us.v-cdn.net/6025126/uploads/editor/>)

Отметим, что далеко не все идеи и ценности, предлагаемые обществу, являются истиной и живут в общественном сознании долгое время. Если религиозные идеи и догмы могли столетиями поддерживаться в массовом сознании, то этнополитические идеи, связанные с целями временных элит, ситуационны и живут в лучшем случае десятилетия или еще меньше. Они по разным причинам разочаровывают людей, отстраняются из мейнстримовской пропаганды, естественно или целенаправленно забываются, заменяются другими. Так произошло, например, с идеями о неизбежности всемирной революции, о победе коммунизма. В настоящее время также вызывают сомнение пропагандировавшиеся не одно десятилетие идеи всеобщей и неограниченной толерантности, идеи мультикультурализма. Одна из идей, явно и неявно внедрявшихся в массовое сознание жителей некоторых экс-советских государств на протяжении определенного периода (а в ряде республик и до сих пор), – это идея и образ «нас» – жителей республик – как «жертвы» России и русских, которые в свое время «нас захватили», а затем долгое время «эксплуатировали». Насколько эта идея справедлива, а образ «жертвы» правдив, сегодня можно видеть в сравнении уровня развития России и экс-советских республик.

Индоктринация – это процесс, связанный как с долговременными, так и сиюминутными целями коммуникаторов. Но его нередко используют и в отношении событий прошлого, например, по-новому оценивая события давних лет или деяния предшественников, неугодных современным элитам. Направленное управление массовым сознанием может заключаться не только в официальном забвении, но и в реанимировании в публичном пространстве некоторых давно прошедших событий и героев (например, Даниила Московского, Ивана Грозного) или в вычеркивании из массовой памяти других персонажей с помощью их публичного высмеивания или глумления над ними (Хрущев, Брежнев...).



Ток-шоу на центральных каналах российского телевидения

В последнее время в российском обществе (и не только в нем) ведется немало публичных дискуссий по поводу манипулятивных действий современных СМИ. Среди них выделяются такие явные способы манипулирования массовым сознанием, как, например, телевизионные ток-шоу на центральных российских каналах. Чаще всего они посвящены сложным политическим вопросам, в частности взаимоотношениям России с другими странами. И это еще одна из современных форм индоктринации – публичное, громкое отстаивание и навязывание противной стороне «своей правды». В жарких телевизионных дискуссиях кроме массовой, присутствующей при этом действе, участвуют разные эксперты, политологи, журналисты. Авторы таких телеспектаклей намеренно приглашают участников с противоположными взглядами на события, активно и бурно выражающих свое несогласие друг с другом (или инсценирующих это несогласие). Обычно это представители разных политических партий или других противоборствующих групп. На фоне специально подготовленной публики, синхронно, хотя не всегда к месту аплодирующей, транслируется на всю страну (и не только) якобы обсуждение острых проблем. А на самом деле идет громкое и скандальное телевизионное шоу, ведутся псевдодискуссии, перебранка между участниками, звучат упреки и обвинения противной сторо-

ны, навешивание друг на друга ярлыков. В пылу полемики, выкриков, перебивающих реплик забывается логика, звучат сомнительные доказательства, происходит передергивание фактов, а порой и просто звучит ложь... По замечанию одного из экспертов, это «не журналисты, а солдаты, ощущающие себя участниками боевых действий» (Макаркин 2018). Эти телевизионные спектакли последних лет мало что дают обычному человеку, кроме того, что они создают иллюзию правдивого и объективного обсуждения важных новостей для неосведомленных и некритично мыслящих людей. Об этике и нормах поведения, о правдивости и достоверности аргументов и фактов при обсуждении серьезных вопросов здесь говорить не приходится. В обстановке криков и имитации споров, рекламы, перебивающей эти выкрики как можно чаще, конечно же, истина не может родиться. Но это и не нужно авторам подобных шоу.

Однако авторы и участники таких передач считают, что процессы подобного распространения определенной информации в массовом сознании продуктивны и даже неизбежны. С их помощью «мы» словно демонстрируем «нашу» правоту, объективность и справедливость. И подобные действия необходимы не только в период идеологического противостояния и «информационных или гибридных войн», но и в обычное время. По словам Павла Гусева, главного редактора одной из популярнейших столичных газет «Московский комсомолец», это «игра, в которой участвуют и журналисты, и выйти из нее нельзя... Если ты находишься в политическом процессе, ты должен это делать... Теперь – это норма для всех СМИ, поскольку идет политическая борьба, и независимых СМИ теперь нет» (Гусев 2017). Другие аналитики считают, что СМИ таким образом не только привлекают к себе внимание, но и просто зарабатывают деньги на искаженной, сенсационной, недостоверной или ложной информации (фейках) и, конечно же, на рекламе, сопровождающей эти шоу.

Интересна в этой связи беседа декана факультета журналистики МГУ Елены Вартановой с журналисткой Анастасией Мальцевой.

А.М.: Как известно, журналист стремится не только выполнить свою социальную миссию, но и должен своим трудом приносить своей компании, редакции и владельцу прибыль. Отсюда стремление к сенсационности и упрощению информации в расчете на привлечение массовой аудитории, в которой так заинтересованы рекламодатели. Погоня за массовой аудиторией приводит к таким популярным, но не очень профессиональным явлениям, как «фейковые новости», когда журналисты работают на эмоцию, не заботясь о достоверности своей информации. Поэтому журналистика часто не озабочена выполнением социальных обязательств, определенной миссии перед обществом, забывает о социальной ответственности.

Е.В.: Журналист пишет не просто текст, а профессиональный текст, в этом его главная ценность. Как профессионал, журналист гарантирует точность, непредвзятость, объективность, полноту информации и то, что события, о которых он пишет, являются важной частью сегодняшней повестки дня.

А.М.: Возникает вопрос: публиковать или нет провокационную информацию, приносящую просмотры и лайки в социальных сетях?

Е.В.: Это вопрос журналистской этики. Повышенное чувство ответственности за свой материал всегда было присуще выпускникам факультета журналистики МГУ. Профессионал от непрофессионала отличается именно попыткой создать востребованный материал, хорошо «лайкуемый», но при этом все-таки находящийся в рамках социальных норм и профессиональной этики. Профессионал не может скатываться в «желтизну», скандал и сенсационность.

А.М.: *На сайте журфака размещен этический кодекс для выпускников. Всегда ли ваши выпускники соблюдают этические нормы?*

Е.В.: *Я никогда не беру на себя право судить наших выпускников. Хотя я вижу, что в некоторых случаях очевидны нарушения журналистской этики. Мы стараемся у студентов сформировать высокую этическую планку профессии. Но прекрасно понимаем, что сегодня журналистика подвержена и негативным тенденциям, медиа приходится выживать в условиях рынка. И не всегда человеку просто принять нравственное решение... Модель оплаты деятельности СМИ за счет подписчиков не только в России, но и в мире уже практически не работает* (Варганова 2017).

Неполная или искаженная информация, полуправда, фейки заполняют современное информационное пространство наряду с другим информационным «мусором». Так называют малозначимую общественную информацию, которая не является действительно важной для аудитории (например, сообщения о свадьбах и разводах многих «звезд» шоу-бизнеса). Можно взглянуть на новостные ленты некоторых интернет-сайтов и увидеть невероятные, порой даже сенсационные, но явно ложные новости из политической жизни или, например, из жизни знаменитостей. Нынешние СМИ (как, впрочем, и в другие времена) используют множество приемов, чтобы исказить или замолчать актуальную информацию, сказать полуправду, выдать сенсационную версию событий. Обычному человеку довольно трудно увидеть эти искажения, фальшь, подтасовки. Поэтому, как замечают исследователи, важный и полезный общественный институт СМИ нередко становится «инструментом идеологии, а не информации» (Кравченко), и о «фейковой пропаганде» во всех развитых странах говорят теперь уже открыто. Общество вынуждено согласиться с идеей, что в условиях современной интенсивной социально-политической конкуренции и тем более в условиях информационных войн такая деятельность СМИ (интенсивная пропаганда) практически неизбежна. Некоторые аналитики с горечью замечают, что «сегодня слово превратилось в оружие массового поражения, а важнейшим из искусств для нас стала пропаганда... Мы все по уши в пропаганде – и народ, и власть, которая уже не понимает, где правда, а где ею же выдуманная ложь» (Александрова-Зорина 2016). Этому горькому суждению вторят и некоторые писатели: «Если ложь повторить десять тысяч раз по радио и в газетах, то в нее поверят, как в правду» (Веллер 2018). Но и обычные граждане не могут не замечать такой информационно-манипулятивной деятельности СМИ. Приведем всего лишь несколько высказываний из современного Интернета.

- *Проблема фейковых новостей в 2016 году достигла таких масштабов, что на их производстве строятся целые бизнесы, а Фейсбуку приходится объясняться* (Итоги-2016).

- *Фейковые новости формируют «общественное мнение» таким образом, чтобы на этой основе было легче захватывать территории, развязывать войны, воевать* (Что такое... 2014).

- *Российская пропаганда в условиях непредсказуемости российской внешней политики, ее импульсивности и нервности научилась быстро «переобуваться», донося до российской аудитории подчас противоположную информацию. Конечно, для власти такая система функционирования информационного пространства представляет собой только одни плюсы, поскольку позволяет «усыпить» общество. Но для страны это чревато застоєм, безнаказанностью на уровне властных элит, ухудшением качества информации, и, наконец, недоумением среди самих граждан, которые начинают ощущать, что им пытаются навязать «альтернативную реальность»* (Кравченко).

* * *

Явления индоктринации чаще всего могут быть опасными для общества. Но особую опасность индоктринация может представлять в сфере межэтнических, межконфессиональных и международных отношений. Тенденциозная или искаженная массовая информация о народах, их этнокультурных особенностях, их прошлом и настоящем, их взаимоотношениях с соседями может привести к усилению ксенофобских настроений, этнофобий, к дискриминации отдельных групп населения, шовинизму, радикальному национализму и экстремизму. Создание и распространение в информационном пространстве массовых негативных стереотипов представителей разных народов внутри страны также разжигает и провоцирует вражду, усиливает напряженность и враждебность между ними. Это мы и наблюдаем в последние годы в отношениях россиян и украинцев, россиян и американцев, россиян и переселившихся в нашу страну мигрантов из других стран. По замечанию академика В.А. Тишкова, только за нескольких лет с помощью пропаганды в СМИ буквально на наших глазах два братских народа – русские и украинцы превратились по воле политиков в два враждебных лагеря (Тишков 2016: 15).

Массированная индоктринация способна порождать убежденных апологетов определенных этнорелигиозных доктрин и идей или их имитаторов, а порой даже фанатиков. Они готовы отстаивать внушенные, ставшие для них «своими» идеи с оружием в руках. Можно вспомнить средневековые крестовые походы или яркие недавние примеры на Украине с уклоном в радикальный национализм, «добровольцев» и наемников, сражающихся «за идею» во многих горячих точках мира.

С помощью СМИ немалая часть населения настраивается на принятие той или иной официальной версии и оценки события. Непонимание и протесты других получателей актуальной для общества информации практически не принимаются коммуникаторами во внимание. Не только ученые, но и сами журналисты порой обеспокоены этими сомнительными информационными процессами. Большинство из них понимают опасность массовой негативной пропаганды, разделяющей население на «своих» и «чужих».

Приведем некоторые выдержки из нынешней прессы.

- *«...Звезды под гипнозом – это мы. Что нам прикажет телевизор, дотронувшись до лба, то мы и исполняем. Скажет – танцевать, танцуем, боксировать – боксируем, лезть в гору – лезем, власть в детство – впадаем»* (Мельман 2018).

- *«В информационную эпоху замолчать факты невозможно, но их можно заболтать. Заглушить криками, затопить фейками, дискредитировать конспирологическими версиями и сомнительными интерпретациями, вывернуть наизнанку, перевернуть и переписать. Превратить патриотизм в русофобию, а русофобию – в патриотизм, подменив общественное мнение пропагандистскими клише»* (Александрова-Зорина 2016).

К чему все это ведет? В ситуациях общественно-политических и этноконфессиональных кризисов СМИ или замалчивают их, или искажают их восприятие, представляя населению неверные или неполные сведения о происходящем событии. Эти явления и процессы в первую очередь касаются молодого поколения, поскольку с помощью СМИ ослабляется его гражданское и историческое самосознание, девальвируются самоуважение, межпоколенные и другие ценности. Все это дробит общество на недружественные группы, порождает и усугубляет напряженность и конфликты. Одновременно у здравомыслящей части населения растет недоверие и неуважение к властям и ко всем каналам СМИ, отвлекающим внимание реципиен-

тов малозначимыми фактами. Критики власти упрекают ее и в том, что на таком фоне создается обманчивое впечатление об общей пассивности.

Современному обществу важно решить очередной вопрос: как противостоять нежелательным индоктринационным процессам? Простейший способ психологической защиты от пропагандистского «промыывания мозгов» некоторым исследователям видится в сознательном прерывании контактов с источником информации (Сороченко 2002). Вспомним в этой связи известный совет профессора Преображенского: «...Не читайте до обеда советских газет... Пациенты, не читающие газет, чувствуют себя превосходно». Но с этим предложением в период всеобщей информатизации люди не готовы согласиться. Для проверки и опровержения сомнительной информации предлагаются разные методы, например, проведение разъясняющих пресс-конференций для журналистов и общественности, публикация прямых опровержений некоторых сообщений. Предлагается также развивать у населения «критическое мышление», что вызывает у оппонентов лишь умишку. Эксперт Центра политических технологий А. Макаркин предлагает потребителям сравнивать информацию из разных источников, полагая, что одним из критериев оценки достоверности информации может быть умысел, как в уголовном праве. По его данным, борьбой с фальшивой и недостоверной информацией озаботились не только эксперты, аналитики, журналисты, но и политики, например, президент Франции Э. Макрон и даже папа Франциск. Папа предложил оценивать истинность медиавысказываний по их результатам (Макаркин 2018). Некоторые специалисты пытаются разработать методы определения реальных фейков и простых «заблуждений» журналистов, то, что иногда называют «неосознанной» индоктринацией, в отличие от «осознанного вброса». В любом случае поиск путей противостояния этим процессам идет, хотя пока не очень успешно.

В проходящих в настоящее время общественных дискуссиях отмечается, что фейки рождает не только сама пресса, не только СМИ, а заказчики публикаций. И в самом деле, в искажении или умолчании информации есть некоторые элементы позитива для элит. Так, в результате получения недостоверной информации часть потенциальной аудитории разочаровывается в СМИ, отходит от общегражданской тематики, от обсуждения важных общественных проблем, замыкается в своем узком кругу и старается не воспринимать общественную жизнь как свою: например, не участвует в выборах, в других общественных кампаниях. И люди объясняют это простыми идеями: «По телевидению нам рассказывают полуправду» или «Все равно от нас ничего не зависит, ничего не исправишь, ничего не изменится». Таким образом и формируется пассивный электорат, в котором порой очень заинтересованы участники избирательных кампаний.

Как все же противостоять этому явлению, заполнившему в настоящее время общественно-политическое пространство разных стран? Конечно, в идеале государство и СМИ с хорошей репутацией не должны поощрять фейковую информацию, ссылаться на утечки и на анонимные источники. Но в условиях жесткого информационного противостояния разных идеологий, конкуренции информканалов, политических партий, стран и их элит отказываться от этого никто не захочет. Поэтому одной из форм противодействия может стать дальнейшее изучение самих приемов и механизмов индоктринации и их мотивов, которые далеко не всегда видны. Важно изучать и саму эту информацию, имеющую сложную и многообразную структуру.

КСЕНОФОБИЯ И НОРМЫ МЕЖГРУППОВЫХ ОТНОШЕНИЙ В СМИ

Известно, что ксенофобия – это негативное явление, связанное с межгрупповыми отношениями. Это явление многозначное, пока еще во многом неизученное и представляет, по словам В.А. Тишкова, одну из наиболее сложных проблем для осмысления и воздействия (Тишков 2004). Несмотря на множество уже существующих научных публикаций¹, оно остается не совсем понятным и психологам, и социологам, и политологам, и культурным антропологам. Ксенофобия, как и любая фобия, означает в отношении людей страх, боязнь, опасение, неприятие и отторжение «иных», «чужих», не таких, как «мы». Одна из главных ее черт – не допускать в свою жизнь «чужих», непохожих на «нас» людей, сохранять свою группу, свой образ жизни, свои ценности и культурные традиции. Ксенофобия связана с желанием группы людей жить в своем сообществе отдельно и практически независимо от других. Это явление связано со страхом того, что «другие», «чужие» придут и нарушат жизнь, установленную «нашими» предками, изменят ход вещей, к которому «мы» издавна привыкли, который «нам» удобен, и «мы» не хотим его менять насильно. Такая позиция, естественно, сужает общественные возможности – обмен опытом и ресурсами между народами и странами, порождает недоверие, неприязнь, обиды и агрессию к соседям, усиливает межгрупповой антагонизм.

В реальной жизни в межнациональных отношениях ксенофобия может быть рассмотрена как неуважение, нетерпимость, неприязнь, обвинения, вражда и даже ненависть к представителям другой этнической, расовой или конфессиональной группы, их игнорирование, дискриминацию и даже насилие. Ксенофобия, как и любая интолерантность, приносит много горя людям, вынужденным жить рядом друг с другом. Это явление интернациональное, оно может проявляться в разных группах, регионах и странах, что мы и видим сегодня по отношению к мигрантам и некоторым меньшинствам (а порой и к большинству) не только в России, но и во многих других странах.

Особенность ксенофобии в том, что она может приобретать различные формы: может быть давней, устоявшейся, вяло текущей или новой – спонтанной, бурной и агрессивной, а может быть и организованной «сверху», идеологической и последовательной. Концепция идеологического разделения индивидов на «нас» и «чужих» стара как мир. Ее веками использовали групповые элиты для управления обществом, для выделения и отделения «своего» («нашего») пространства не только с помощью реальных и охраняемых границ территории, но и с помощью идей, системы ценностей, особой организации коллективного самосознания группы. Элиты хотят, чтобы люди жили в своем собственном сообществе, почти изолированно от других. Так ими легче управлять. Но современные глобализационные и технологические процессы противоречат этим желаниям. Жизнь не стоит на месте. И оставаться только в своем «чистом» пространстве теперь уже невозможно. Благодаря научно-техническому прогрессу появляются новые информационные технологии, преодолевающие границы, убыстряется обмен значимой общественно-политической информацией, люди быстрее овладевают иностранными языками и устанавливают деловые и дружеские контакты, массовые потоки мигрантов практически бесконтрольно пересекают моря и страны. Современные люди волей-неволей общаются с представителями других этносов, религий и стран, ведут торговые отношения, образуют смешанные семьи, перенимают привычки и образ жизни друг дру-

га. Поэтому современная государственность (*здесь: границы государств. – В.М.*) и неизбежная глобализация – это явления противостоящие, а в некоторых случаях и вовсе условные. Неизвестно, какая тенденция может победить со временем. Но пока, как представляется, обществу нужен баланс, равновесие, компромисс, в том числе и идеологический. Здесь многое зависит не только от самих людей, их природного гуманизма, но и от распространяемых в общественном пространстве массовых представлений и установок, различных, поощряемых в данном обществе идей, ценностей и стереотипов.

В связи с этим одним из очень значимых общественных явлений стали многие инструменты организации общественной жизни, в частности средства массовой информации вкупе со всеми новыми технологиями и их информационными возможностями. Именно СМИ, дающие возможность людям получать информацию о других народах и странах, о событиях и их последствиях, о человеческих достижениях и контактах, служат в условиях развивающейся глобализации важнейшим, хотя и не единственным инструментом для распространения позитивных знаний и идей добрососедства, сотрудничества и взаимопомощи. Но не только позитивных, а и идей ксенофобии, групповой вражды, дискриминации и агрессии. Групповые ценности и идеи выступают нормой и ориентиром группового поведения. Используемые в межкультурном диалоге, они могут смягчать межгрупповые, в том числе межэтнические и межрелигиозные предрассудки в общественном пространстве или укреплять и тиражировать их. СМИ могут примирить многие межгрупповые противоречия, но могут и разжечь их, что нередко они и делают, заметно будоража и политизируя население. Поэтому одна из важных задач общества – это изучение деятельности СМИ по предотвращению распространения примеров и принципов ксенофобии для сохранения в стране межэтнического и межконфессионального мира. Эта общественная и научная задача уже не первое десятилетие стоит и перед этнополитологами (Тишков 2011; Малькова, Тишков 2002; Тишков, Шабаев 2011).

В чем же может проявляться ксенофобия в деятельности СМИ? Можно выделить две основные точки соприкосновения этих явлений. Первая – это перекосы или неравенство в государственной и общественной организации разных информационных каналов в конкретном селе, городе, районе или стране, включая языковой, кадровый, финансовый и другой дисбаланс, ведущий к неудовлетворенности и соперничеству полиэтничной аудитории (вернее, ее активистов). Ответственность за эти процессы несут власти, чиновники и политики, государственные и общественные организаторы социального пространства. Но не одни они. В условиях рыночной экономики, когда СМИ принадлежат не только государству, организация информационных ресурсов зависит уже и от самих этнических сообществ, желающих или нежелающих заботиться о получении важной для них этнической информации. Вторая, основная точка соприкосновения СМИ и ксенофобии – это направленность самого содержания медийной информации (контента) на мирное сосуществование народов, культур и религий или на их конфронтацию и провоцирование нестабильности в обществе. Здесь огромная ответственность лежит уже на журналистском корпусе, на владельцах и спонсорах разных информационных каналов и частично на самой аудитории, пассивно или активно воспринимающей распространяемую среди нее информацию.

Здесь мы не сможем остановиться на организационной стороне вопроса, хотя она также очень важна в полиэтничных сообществах. Рассмотрим сам контент и то,

как ксенофобия проявляется в современных российских СМИ и каковы возможности общества смягчить и уменьшить это почти неизбежное зло. Обратимся (на примере прессы) к нормам межгрупповых отношений, которые распространяются или могут распространяться через современные СМИ.

Вариантов межгрупповых отношений, о которых сообщают СМИ, в человеческом сообществе можно наблюдать бесконечное множество. Сложность заключается в том, что пока не удастся четко определить эти жизненные проявления только как позитивные (толерантные) или только как негативные (ксенофобские и конфликтные). Они могут быть неоднозначны как субъективно, так и объективно («две правды»). Для кого-то определенный акт выглядит проявлением ксенофобии и даже экстремизма (терроризма), а для других – это акт справедливой борьбы за свободу и независимость своего народа. Мы нередко видим это в ходе судебных разбирательств и споров экспертов по обвинениям граждан в ксенофобии и расизме. Напомним о громком судебном деле российского блогера Антона Носика, разместившего в Интернете пост «Стереть Сирию с лица земли»².

Содержание поста, вызвавшее недоумение и протест многих, рассматривалось в московском суде как экстремистское, поскольку «*блогер совершил действия, направленные на возбуждение ненависти и вражды против группы, именуемой “сирийцы”*» (ст. 282 УК РФ). Но автор поста свою вину не признал, его защита считала, что дело должно быть прекращено, поскольку непонятно, какие именно слова возбуждали ненависть и вражду. Кроме того, адвокат заявил, что за озвученное человеком мнение его нельзя судить. По мнению же стороны обвинения, речь шла о «*публичных высказываниях с использованием СМИ, возбуждающих ненависть и вражду*», против чего активно выступала защита. Носик был признан виновным. По данным аналитического центра СОВА, за первое полугодие 2016 г. за ксенофобную пропаганду и разжигание межнациональной розни, прежде всего в Интернете, было вынесено 119 приговоров против 135 человек в 54 регионах страны³. Часть из них правозащитники считают спорными. Многие подобные спорные судебные дела остаются нерешенными из-за экспертных расхождений и сомнительных доказательств.

Несмотря на определенные условности, многообразные, существующие в наше время нормы межгрупповых отношений (а также их морально-психологические, социально-культурные, межрелигиозные, правовые или юридические, финансово-экономические, дипломатические аспекты), в том числе и в сфере межэтнического взаимодействия, можно условно разделить на позитивные и негативные.

Основываясь на большом и многообразном человеческом опыте, к **позитивным** нормам или ориентирам межгрупповых отношений можно условно отнести следующие: *гуманизм, соблюдение основных прав человека и меньшинств, равноправие представителей разных этнорелигиозных групп перед законом, сопереживание и сочувствие обиженным, сострадание и милосердие к страдающим, справедливость, доброжелательность, симпатию, уважение, дружелюбие, взаимодействие, обоюдную выгоду, взаимопомощь, совместную деятельность, обмен опытом, проявления дружбы, межэтнические браки...* Рядом с этими ценностями, список которых может быть расширен, соседствуют и идеологемы (идеи) о важности и пользе диалогов народов, культур и религий, о преимуществах мирного сосуществования в полиэтничных сообществах, о дружбе, сотрудничестве и взаимопомощи народов.

К **негативным** нормам межгрупповых отношений, о которых также информируют СМИ, можно условно отнести следующие: *разделение общества на «нас» (хороших) и «не нас» (плохих); этнорелигиозную (этнонациональную) дискриминацию «их», а иногда и «нас»; конфликтное соперничество; взаимонепонимание; противоположные у «нас» и у «них» и противоречащие друг другу цели, интересы и стратегии; публичные обиды и упреки; информационное противостояние и перебранка; негативные стереотипы и мифы друг о друге и об этнокультурных особенностях и ценностях; ложь, унижение членов другой группы, оскорбления; подстрекательство, провокации, информационные «утки» и негативные слухи о «них» (фейки); угрозы, разжигание розни, вражда, ненависть, проявления межэтнической (межэтнической) розни, нетерпимость, конфронтация; экстремизм и терроризм; призывы к ненависти и интолерантности, к погромам; этнофобия; ксенофобия; расизм; радикальный национализм; антисемитизм; шовинизм; конфликты, разрыв отношений, введение санкций, война...* И все это в той или иной мере встречается в современных СМИ.

Примеры позитивной деятельности СМИ довольно широко тиражировались в отечественных периодических изданиях еще с прошлых веков. Рассказывая о жизни любого народа – своего или другого, авторы газетных и журнальных публикаций доброжелательно описывали национальное своеобразие одежды, пищи, жилища, традиции и обычаи, образ жизни разных российских и зарубежных народов. И в наши дни в публикациях некоторых изданий можно встретить упоминания об особой ценности или оригинальности национальных предметов быта, произведений народного творчества, танцев, сведения о национальных героях, память о которых жива в народе. Транслирование в массовое сознание подобной информации показывает богатство культурного многообразия человеческого общества и способствует формированию этнической гордости, этнического самосознания и достоинства у представителей каждого этноса. Примером позитивной этнической информации в СМИ могут служить не только публикации о народах нашей страны, но и, например, известные телепередачи о далеких странах с их экзотическими жителями, с необычным для нас поведением и образом жизни, отличающимся от нашей российской жизни. А иногда в СМИ появляются материалы и об элементах нашего собственного национального бытия, о котором мы стали забывать, и которое постепенно уходит в своей материальной части из массового сознания. Информация об этническом разнообразии народов мира вызывает интерес людей к жизни и опыту друг друга, учит людей гуманизму, сопереживанию, толерантности, терпимости по отношению к другим, не таким как мы.

Терпимое отношение к представителям любой национальности или расы, любой религии, если они не настроены враждебно и агрессивно и не мешают общественному спокойствию, – важный путь к сохранению межэтнического мира. К этому давно пришла большая часть человечества, измученная своей кровавой историей. Российская Конституция, во многом вобравшая в себя отечественный и зарубежный опыт, специально подчеркивает, что *«...государство гарантирует равенство прав и свобод человека и гражданина, независимо от пола, расы, национальности и языка...»* (Ст. 19). В Статье 29 главного российского документа записано: *«Не допускается пропаганда и агитация, возбуждающие социальную, расовую, национальную и религиозную ненависть и вражду...»*⁴. Эта идеологическая и общечеловеческая установка, зафиксированная и во многих международных документах,

должна быть в демократическом обществе важной нормой для деятельности любых информационных каналов. СМИ и журналисты, рассказывающие о многообразии человеческого сообщества, должны придерживаться принципов гуманизма, человеколюбия, справедливости и толерантности, осуждать любые проявления ксенофобии и расизма.

Негативные примеры. К сожалению, в последние десятилетия в российской журналистике (да и не в ней одной) развивается не только гуманитарное направление, но и, условно говоря, конфликтное. СМИ нередко создают или поддерживают в обществе стрессогенные ситуации, нарастание напряженности и враждебности между этническими или религиозными группами населения. Появление новых постсоветских элит с собственными этнонациональными идеологиями и стремлением стать активными участниками (а порой и доминирующей силой) общественно-политических процессов в новом для них общественном пространстве заметно политизировало этнокультурную и этнопсихологическую сферу. Соперничество старых и новых, противостояние федеральных и региональных элит, конкуренция внутри региональных групп также актуализировали в массовом сознании новые этноидеологические ценности, идеи, мифы, далеко не всегда миролюбивые и толерантные. Поэтому сегодня роль СМИ, как одного из основных инструментов организации населения в поддержании межэтнического спокойствия в обществе, далеко не всегда позитивна. Помимо многих положительных функций, которые нельзя не отметить, СМИ нередко специально будоражат общественное сознание, тенденциозно рассказывая о реальных или мнимых событиях в межэтнических отношениях. Порой они намеренно играют на чувстве страха, распространяя, например, идеи реальных или мнимых противоречий и конфликтов между постоянным населением и приезжими: *«Мы боимся мигрантов, они тоже нас боятся, но все же едут и мешают нам; Придут кавказцы (китайцы, турки, мусульмане и другие) и захватят наше пространство; Мигранты занимают наши рабочие места; Они насаждают у нас свои обычаи и религию; Они мешают нашим детям учиться в школах; Они не платят в нашей стране налоги; Они не адаптируются, не учат русский язык; Многие из них – преступники»* и т.д. Обо всем этом часто писала российская пресса в постсоветский период, что неоднократно зафиксировано в наших исследованиях (Малькова 2012). Люди устали от информационного негатива, порой необоснованно навязываемого общественному сознанию с помощью СМИ. Поэтому доверие к современным информационным каналам теряется, а медийная аудитория заметно сужается. Кроме того, подобное манипулирование массовым этническим сознанием ведет не столько к объединению общества, сколько к его разъединению.

Какие же принципы, методы и механизмы применяют СМИ для регулирования межэтнических отношений? Очевидно, что в освещении разных сюжетов и методы используются неодинаковые. Не надо особо доказывать, что большинство общественно значимых материалов появляется в СМИ не случайно. Коммуникаторы, как правило, преследуют определенную цель – привлечь внимание реципиентов к событию (этносу) или отвлечь внимание от него. От того, **как** (дружественно или враждебно) представляют СМИ разные этнические группы, разные страны и их лидеров, **как** рассказывают об их прошлом и настоящем, их общественных ценностях и интересах, их отношениях с «нами», во многом зависит и то, **как** этих людей будут воспринимать реципиенты – их соседи, партнеры, друзья.

Например, акцентируя и абсолютизируя в массовом сознании этнонациональную свободу и независимость, по-своему мифологизируя этническую историю и самобытность народов, раздувая обиды на федеральный центр, новые идеологи, использующие возможности СМИ, психологически отделяют народы отдельных российских регионов (в частности, республик) от «центра», от «Москвы», от «русских». И на первых порах они даже достигли некоторых успехов в обособлении отдельных этнических сообществ. Или, затрагивая религиозную проблематику, СМИ также нередко создают и представляют массовому сознанию искаженные образы разных конфессий. Так, порой они представляют непроверенные данные о количестве в стране и регионах приверженцев разных религий, чаще всего в зависимости от ситуации преувеличивают или преуменьшают эти данные, что вызывает (также без особых доказательств) несогласие и опровержения со стороны представителей других религий. Порой СМИ с неоднозначным подтекстом рассказывают об официальных религиозных празднованиях, отражая в основном парадность и помпезность мероприятий, демонстрируя близость некоторых религиозных иерархов с властью, упоминают о спорах представителей разных конфессий между собой. Наблюдатели отмечают заметный в российских СМИ акцент на православие, что далеко не всегда воспринимается частью полиэтничного населения как справедливость. Насколько подобная информация способна стимулировать общественную толерантность – вопрос спорный.

Вопрос о критериях толерантности и конфликтности – один из принципиальных и действительно спорных как для журналистов, затрагивающих этнорелигиозную тематику, так и для экспертов. В каких случаях фраза «мы и они» может быть разделяющей и обособляющей, а в каких нейтральной или объединяющей? Что в информации может потревожить и взбудоражить этническое самочувствие, задеть этническое или национальное достоинство человека или группы, а что не может? Почему в одном этническом сообществе болезненно воспринимают определенную информацию, а в другом могут даже не обратить на нее внимание? Эти проблемы, возможно, со временем помогут решить этнопсихологи, довольно подробно рассматривающие проблемы межэтнических отношений⁵, но пока и они бессильны.

* * *

Несмотря на недостаточность и нечеткость определения такого явления, как ксенофобия, все же **форм ее проявления** в СМИ можно увидеть немало. Мы выделили для анализа ряд ключевых структурных элементов этнически окрашенной информации, которые можно рассматривать достаточно детально. Среди них – *сообщения фактов о проявлении ксенофобии в реальности (или вымышленных), использование лексики или риторики, связанной с практикой межэтнического общения, распространение этнических или этнорелигиозных стереотипов, идей, мифов, двусмысленных иллюстраций и др.* А сюжетов, о которых создается и распространяется этноконфессиональная информация, в СМИ – море: это материальная и духовная культура народов (и стран), психология и менталитет народов, их территория, история, религия, литература и мифология, их герои и антигерои, экономика, политика, армия, спорт... И информация обо всем этом может передаваться в общественное пространство как в позитивном, так и негативном контексте.

Лексика или риторика в СМИ. Использование в медийных публикациях этнически окрашенных слов (лексем) и выражений – один из действенных способов определения миролюбивой или враждебной направленности публикаций, в том числе и ксенофобии. Лексика сообщения сразу же привлекает внимание телезрителей, радиослушателей или читателей прессы. С помощью этнически окрашенной лексики человек сразу же получает более конкретную информацию о предмете или явлении: «*русская литература*», «*швейцарские часы*», «*грузинское вино*»... Лишь несколько слов позволяют дать краткую характеристику представителям разных этносов, подчеркивая их положительные или другие характеристики и обобщенно перенося эти определения на весь этнос: *предприимчивый цыган, застенчивый нганасан, ленивый русский, успешный американец, изысканный француз*... Однако теперь уже стало не редкостью, когда этнические лексемы употребляются в СМИ не только нейтрально, но и с насмешками, и даже враждебно. Подобные риторические приемы прямо показывают отношение автора к обсуждаемому предмету и направляют на это восприимчивую часть аудитории. Нередко этнонимы (названия этносов) искажаются, превращаются в ярлыки и клички, намеренно употребляются с целью осмеять и обидеть представителей иных этнических групп: *ватники, валенки, колорады, чурки, хачики, азеры, чучмеки*... Такие лексемы позволяют восхититься героями публикаций или посмеяться, поиздеваться над ними, намеренно обидеть их. И эти публичные оскорбления не остаются незамеченными представителями обиженных групп, вызывая ответную негативную реакцию и будоража общественное пространство.

*Я русский. Я тот самый «колорад» // Совдеповский отстой, рашист и вата //
Я тот, кто любит водку и Парад // Я отпрыск победившего солдата //
Я самый натуральнейший москаль // Воспитанный на «мама мыла раму» //
Я тот, кому детей донецких жаль // Кто презирает Штаты и Обаму...//
Не радуйтесь! Мы не перевелись // Нас много, не привыкших «жрать от пуза» //
Нам человечность прививала жизнь // В палатах умиравшего Союза....*

Песня А. Маршала на стихи В. Кобец (КП. 05.08.2016)

* * *

Многочисленно анализируя материалы современной российской федеральной и региональной прессы, мы фиксировали в публикациях разнообразные варианты толерантных и ксенофобных слов и выражений, озвученных авторами. За неимением возможности подробно рассмотреть многочисленные формы используемых в СМИ этнических лексем⁶, остановимся лишь на нескольких аспектах.

1. Анализ текстов газетных публикаций показывает довольно редкое упоминание в современной российской прессе толерантных слов и выражений, выше условно отнесенных нами к категории **позитивных норм** межгрупповых межэтнических отношений (*гуманизм, сопереживание и сочувствие, сострадание и милосердие, доброжелательность, симпатия, уважение, дружелюбие, взаимопомощь, справедливость*).

2. Понятия, обозначающие **отклонения от норм** межэтнического общения (*ксенофобия, этнофобия, экстремизм, национализм, антисемитизм, шовинизм* и т.п.), используются прессой несколько чаще и в основном, как правило, в осуждающем контексте (за исключением, пожалуй, понятия «национализм», которое трактуется в настоящее время неоднозначно). К этой же группе можно добавить и упоминание таких общественных явлений, как *межэтническая рознь, нетерпимость, конфронтация, межэтническая вражда, дискриминация* и др. Эти понятия также встреча-

ются в федеральных и республиканских изданиях, хотя и не всегда определяются их авторами однозначно. Но даже только на основании наличия в прессе этой «тревожащей» лексики, можно сделать вывод о сложности современной общественной ситуации в российском полиэтничном сообществе и нерешенности этого вопроса для отечественной журналистики.

3. Среди выделенных нами этнически окрашенных лексем и выражений встречаются **нейтральные**: *якутская история, алтайская природа, татарская песня* и др. Большинство «нейтральных» (а они могут касаться разных этносов, стран, территорий, обычаев и др.) и в самом деле остаются нейтральными, пока их не окружают в текстах другие негативные конструкты – стереотипы, идеологемы, мифы. О них будет сказано ниже.

4. Очень привлекают внимание реципиентов **этнические лексемы-нелепости**. К ним можно отнести широко распространенные в нынешнем газетном языке такие словообразования, как *русский кореец, украинский русский, лицо кавказской национальности, лицо ближневосточной внешности, лица азиатской национальности* и др. Порой журналисты просто забавляются, играют словами, используя этническую или географическую лексику. Особенно этим славятся столичные газетные издания – «Московский комсомолец», «Комсомольская правда», «Аргументы и факты», а в последние годы подобные методы стали использоваться и другими, более серьезными изданиями. И что удивительно – постепенно подобные термины приживаются и в массовом сознании, их иногда с усмешкой произносят люди в тех или иных бытовых ситуациях.

5. Анализируя газетные публикации, мы выделили в текстах **эпатажные** выражения: *«Московских цыган прижмут к ногтю»* (МК. 2002. № 46); *«Украинцы вляпались в большую Кучму»* (МК. 2001. № 229); *«Полный абхаз для грузин»* (МК. 2001. № 227). Еще одна группа используемых в прессе выражений также условно была названа нами **лексемами-насмешками**: *«Сопливая американская мелодрама»* (АиФ. 2001. № 43); *«Канадцы подняли вселенский хай»* (АиФ. 2002. № 8); *«Украинские ПВО пульнули по ТУ-154»* (МК. 2001. № 28). Подобные высказывания, «забавляющие» журналистов и часть аудитории, относятся

главным образом к зарубежным этносам и странам, и осмеливаются на них в основном только московские газеты. Но всегда ли эти журналистские забавы так безобидны, и не усиливают ли авторы своими насмешками и демонстрацией своего «озорства» общественное негативное отношение россиян к другим народам и странам? Ответ на эти вопросы неоднозначен.

6. Но в прессе, да и в других СМИ, мы порой фиксируем **бесспорно конфликтные** (интолерантные) слова и выражения: *подлые американцы, чеченские и грузинские бандиты, испанские фанатики, мусульманские сепаратисты, исламистские отморозки, назойливые лица цыганской национальности...* Упомянув этничность или религиозную принадлежность персонажей, авторы сообщений с помощью одного или двух слов переносят их вину на весь этнос или на всю страну, формируя в аудитории негативное отношение ко всем членам группы, их неприятие в нашем обществе. И тем самым провоцируют этнических активистов на протест. К этой же группе можно добавить и выделенные нами в ходе анализа газетных текстов этнические **лексемы-ярлыки и клички**. Это уже упоминавшиеся выше *укры, укропы, колорады, ватники, чурки, хачики, киты, чучмеки, фрицы, иваны, азеры...* Это действительно штампы, с помощью которых кратко, но несправедливо и обид-

но обозначаются люди, принадлежащие к разным этническим группам. К слову сказать, подобные клички встречаются в последнее время в СМИ нечасто, поскольку они явно не приветствуются в общественном пространстве, но часть из них, тем не менее, уже осела в массовом сознании.

7. Интересна группа **лексем-стереотипов**, которые подаются газетными авторами в разных контекстах. Примеров из публикаций немало: *итальянцы-макароники, французы-лягушатники, богатенькие янки, назойливые китайцы, загадочная русская душа, отчаянная полька, совсем несдержанный дагестанец, ловкие пакистанцы...* И здесь, с помощью одного-двух слов дается емкая позитивная или негативная характеристика человека или его группы, показывается сиюминутное отношение автора сообщения к определенному лицу или его группе.

Суммируя наш схематичный обзор риторических приемов в прессе, да и в других СМИ, можно отметить не только многообразие лексических форм передачи этничности в массовое сознание, но и заметный ксенофобный налет на них. Одним-двумя словами, порой очень яркими и остроумными, автор публикации может привлечь внимание читателей к межэтническим отношениям, публично затронуть национальные (или религиозные) чувства и достоинство представителей разных этнических групп, посмеяться над этническими особенностями людей, приписать им позитивные или негативные качества, обвинить в реальных или выдуманных поступках. И порой даже не осознать этого. Заметим, что такими методами активно пользуются журналисты, порой специально поощряемые этноидеологами, политиками, спонсорами, особенно в период межэтнических или межгосударственных кризисов и противостояния, когда подобные информационные приемы в СМИ заметно множатся. Примеров в настоящее время мы видим массу. Это характерно не только для России, но и для других стран. Отметим, что, по нашим наблюдениям, республиканские и другие региональные издания используют подобные риторические приемы, и особенно *тревожащую лексику*, гораздо реже, чем популярные московские издания. Хотя тенденция к заимствованию этих приемов и в региональных изданиях уже очевидна.

* * *

Следующая форма распространения этнической информации в СМИ – это **конструирование этнических стереотипов** и образов этносов, регионов и стран. Стереотипы, как важные элементы медийных текстов, также очень значимый показатель толерантности или конфликтности сообщения. Известно, что давно бытующие или специально распространяемые в последние годы в массовом сознании этнические стереотипы могут стать и нередко являются серьезным регулятором межэтнических отношений. В спокойной межэтнической ситуации широко распространенные схематичные характеристики этносов могут быть отодвинуты на периферию человеческой памяти или могут восприниматься с юмором и не играть практически никакой заметной роли в отношениях между соседями. Но актуализированные или мобилизованные в момент любой начинающейся напряженности в обществе, стереотипы, особенно негативные, могут существенно усугубить конфликт, резко размежевав людей на этнические или этноконфессиональные группы («мы» и «они»), вызывая обиды и усиливая противостояние. Именно негативные стереотипы, согласно наблюдениям психологов, быстро «оживляются» и распространяются при кризисной этнополитической ситуации. Конструирование этнических сте-

реотипов и их распространение в общественном пространстве через СМИ, иногда случайное, но чаще всего целенаправленное, своеобразно расширяет представления людей об этносах и напрямую влияет на межэтнические и межгосударственные отношения, на укрепление межэтнического мира и спокойствия в полиэтничных регионах. Или, наоборот, влияет на эскалацию межэтнической напряженности и конфликтности в регионе. Эти стереотипные образы являются удобными и эффективными элементами манипулирования массовыми представлениями в сфере межэтнических отношений и действенным инструментом их регулирования.

Мы рассматриваем этнические стереотипы в СМИ как схематичные, неполные, далеко не всегда объективные, порой сиюминутные и поверхностные утверждения об этносах, их особенностях, культуре, территории, истории, их героях и других ценностях, их современной жизни. Этностереотипы можно рассматривать как своеобразный ликбез для большинства людей, не придающих большого значения реальным этнокультурным различиям. С их помощью можно быстро и эффективно улучшить или ухудшить в массовом сознании представление об этническом партнере – соседе, друге, конкуренте и противнике. С помощью уже бытующих или вновь созданных этнических стереотипов можно более эффективно разделить людей на «нас – хороших» и «их – смешных» или вовсе «плохих», можно акцентировать или скрыть различные характеристики и особенности людей, можно также намеренно вызвать обиды и углубить межэтническое противостояние. Используя эти свойства этнических стереотипов, авторы медийных публикаций порой специально направляют их на смягчение напряженной ситуации или, наоборот, на подогревание ксенофобских настроений в обществе. К слову сказать, подобный информационный подход также наблюдается не только в постсоветской российской прессе, но и в журналистике многих других стран.

Наш анализ современной прессы показывает, что гораздо чаще этнические стереотипы встречаются не в региональных изданиях, а в центральных. Мы также выяснили, что формы этнических стереотипов в СМИ многообразны: это **собственное утверждение** автора публикации (56–57% в столичных и республиканских газетах), это **пересказ автором чужого мнения и согласие с ним** (31% в столичных и 24% в региональных изданиях) и это **пересказ чужого мнения и несогласие с ним** (12% в столичных и примерно 20% – в республиканских)⁷. Для большего убеждения читателей авторы используют стандартные выражения: *«испокон веку известно, что они...»*; *«издавна так повелось, что у них...»*; *«так было всегда...»*. В случае отрицания также используются убеждающие дополнения: *«считается, что мы такие, но это не так»*; *«мы не согласны с мнением, что наш народ такой...»*; *«говорят, что мы не умеем, но это неправда...»*. В текстах публикаций встречаются позитивные, нейтральные, негативные и смешанные стереотипы и образы этносов⁸. Они касаются в основном антропологических особенностей и внешности людей, их поведения, психологических черт, описаний стран... Реже других упоминается внешность персонажей, в основном их антропологические особенности (*колючий взгляд узких восточных глаз; у террориста борода лопатой, похож на ваххабита; усатые пуштуны с калашниковыми и др.*), чаще – поведение людей и их психологические черты (*они все такие; обычно так и делают; они всегда ведут себя вызывающе...*).

В этой связи необходимо сказать не только о гетеростереотипах (характеристики и образы других людей и групп), но и об автостереотипах (то есть о чертах представителей своей группы), например, о русских. Столичные газеты («Московский

комсомолец», «Комсомольская правда», «Аргументы и факты и др.) на протяжении многих постсоветских лет представляют образ русских людей не столько с позитивными характеристиками, сколько с массой недостатков – пьянством, ленью, безалаберностью, надеждой на авось, бескультурьем и т.д. *«И пил он, как всякий русский человек пьет – от напряжения, от обиды, от неумения по-иному расслабиться»* (МК. 2001. № 219); *«Укрываюсь у “наших”»: здесь русский дух, здесь Русью пахнет... На всю деревню – ни одного трезвого мужика»* (МК. 2001. № 229). Или *«Русский человек везде проявит себя во всей красе: в общественном парижском туалете есть надписи и на русском языке»* (КП. 2002. № 33); *«Сегодня мы слезно жалуемся на то, как нас обманули американцы. Но на Руси говорят: “Обещать – не значит жениться”. Если мы сами такие простофили, то причем здесь США?»* (МК. 02.09.2016).

Действительно, негативный автостереотип русского народа в нашей российской прессе практически постоянен. Но это относится только к московским изданиям, иногда к теле- и радиопередачам. Более того, создаваемый прессой негативный образ русских настойчиво проецируется и на других россиян – нерусских, что также вызывает много вопросов. Почему? Кто пишет об этом? Кому это выгодно? Это чей-то политический заказ или историческая и психологическая особенность народа, его привычка бить себя в грудь и каяться? Или это кем-то специально внедряемая в массовое сознание и поддерживаемая в нем идея вины? И какое отношение такой негативный, казалось бы, автопортрет (образ) русского этноса имеет к ксенофобии?

Отметим, что большинство этнических стереотипов или приписываемых русским людям характеристик и качеств присутствует в текстах в свободной, описательной форме и связано, как правило, с отношением русского человека к труду, своим сородичам, собственности, обществу, а также с традициями и образом жизни. Тема насмешки над самими собой, над своей страной и многими ценностями довольно часто встречается в московских условно «молодежных» газетах («Московский комсомолец» и «Комсомольская правда»): *«Как водится в нашей стране, процессы загнивания всегда сильнее процессов роста...»* (МК. 2001. № 223); *«Большая всероссийская квашня... только чавкнет, булькнет в ответ. Российское общество не готово усиливать собой российское государство, от этого слабы оба»* (МК. 2001. № 224); *«Два образа России: с одной стороны – это нищая страна, в которой даже не могут вовремя платить мизерные зарплаты и пенсии, с другой – жирующие нувориши»* (МК. 2002. № 40).

Заметим, что федеральные центральные и московские городские газеты представляют своим читателям образы России и русских более интенсивно, чем региональные. Республиканские газеты, в отличие от столичных, практически не позволяют себе давать негативные характеристики этносов и намного деликатнее освещают разные проблемы в межэтнических отношениях. Кроме того, центральные издания довольно часто упоминают о почти безликом образе «мы», который, в зависимости от контекста, ассоциируется или с «русскими» или с «россиянами»: *«мы – россияне», «мы – жители России», «мы – русские»...* При этом среди авторов публикаций далеко не всегда люди с русскими фамилиями.

Специфическим представляется и образ-стереотип страны в пересказе нашей прессой мнений иностранцев о русских (россиянах) и о России в целом. *«Общий тон статей американских журналистов о России таков: нищая страна, глупый народ, коррумпированная власть... В некоторых статьях жители России преподносятся как обитатели саванны в передаче “В мире животных”... Глупые русские не могут справиться со снегом и гибнут от сосулук»* (КП. 2001. № 192). Известная

журналистка, руководитель международного информационного агентства «Россия сегодня» Маргарита Симоньян заметила: *«Образ России в СМИ за рубежом очень мрачный. Мы тоже пишем о них без особых симпатий»; «Русофобская кампания на Западе сегодня идет по всем фронтам, включая экономические санкции и допинговую атаку на наших олимпийцев... Изгой, плохого парня пытаются слепить на Западе из России»* (КП. 05.08.2016).

Возникает вопрос: а не усиливает ли это этническое и национальное «самобичевание», этот медийный «язык вражды» с помощью подобных этнонациональных автостереотипов чувство обиды, ущемленной национальной гордости, ослабления национального самосознания у огромной нации и одновременно провоцирует протест против тех, кого представляют в более выгодном свете, лучше «нас»? Подобные, причем не единичные публикации становятся благодатной почвой для развития комплекса национальной неполноценности, неприязни к другим и поводом для этнонационального реванша. Самобичевание и самоуничужение, в том числе и враждебные отзывы зарубежных деятелей о России, приводят часть населения к ответной враждебной реакции, к ксенофобии. Обеспокоенные этим явлением российские власти (в лице Министерства культуры РФ) даже решили серьезно изучить эту проблему, выявив факторы, формы и технологии «культурной дерусификации» России (россиефобии)⁹.

Нельзя не отметить, что подобная форма подачи журналистами нелестных этнически окрашенных стереотипов нередко относится и к другим народам и странам. Такие замечания в прессе звучат часто в кризисных ситуациях, но не только: *«Украинцы всегда говорили: “Це не я”. Набедокурит, дров наломает: “Це не я”. – “Как не ты? Вон у тебя руки по локоть в грязи!” – “Та я ж немножко”...»* (МК. 2001. № 229); *«Что вспоминает простой россиянин при упоминании об армянах (как и о любых кавказцах)? – Рынок, торговые ряды и всякие махинации. Реже – команду КВН и анекдоты про армянское радио. Выходит, устойчивый образ – либо торгаша, либо чудика»* (КП. 2001. № 195); *«Цыгане – люди честные, а тех, которые воруют и обманывают, мы называем русскими цыганами»* (МК. 2001. № 229); *«В других городах евреи всегда друг другу помогают. А тут – вся область еврейская, зачем помогать?»* (КП. 2002. № 36); *«Где эти деньги? – Уж во всяком случае – не у якутов, которые мох обглаживают в тундре вместе с последними оленями»* (МК. 2001. № 223); *«Американцы, когда-то славившиеся своей демократической толерантностью, стремительно превращаются в нацию упертых фанатиков: кто не с нами, тот против нас»; «В борьбе за власть Гитлер использовал мощное стремление немецкой нации к первенству в Европе: национализм, доведенный до фанатизма. Вспомните слова гимна “Германия превыше всего...”. От расовых теорий нацистов у немцев сладко закружилась голова, и антисемитизм в Германии упал на подготовленную почву»* (МК. 02.09.2016).

Огромный массив ксенофобских или негативных стереотипов инокультурных мигрантов, а порой и российских граждан разных национальностей, переехавших с окраин в большие города, можно найти в современной российской прессе. С некоторых пор СМИ словно забыли о таких человеческих ценностях, как гостеприимство, дружелюбие, доброжелательность. Или в нынешней ситуации эти качества можно актуализировать в общественном пространстве только по отношению к единичным случаям, а не многотысячным группам мигрантов? На протяжении последних десятилетий в российских СМИ (а теперь и в европейских) появляются одно-

значно негативные портреты «коллективных мигрантов» – беженцев и гастарбайтеров преимущественно с Кавказа, из стран Средней Азии, из Украины, Молдавии и других регионов. Особенно много проблем в связи с миграцией возникает в школьном образовании: *«Небывалый, если не сказать нездоровый ажиотаж вызвал вчера появившийся в сети список учащихся одного из первых классов школы № 3 подмосковных Котельников. Из 28 учащихся только три русских фамилии! Все остальные – явно среднеазиатского происхождения»* (МК. 02.09.2016). СМИ нередко намеренно распространяют образы «этнических изгоев», якобы мешающих жить принимающему сообществу, рассказывают о их негативной эмоциональности, неопрятности, болезнях, криминальном поведении и многих других пороках (Малькова 2004в, 2007б, 2012).

Таким образом, в прессе, как и в других СМИ, присутствует огромное количество этнонациональных стереотипов и образов – толерантных, нейтральных и ксенофобских. Они оказывают соответствующее воздействие на массовые представления людей, ориентируя их на дружелюбие и межэтнический мир с «этнически другими» жителями или на неприятие «других» и даже враждебное к ним отношение. С помощью медийных стереотипов идет дополнительное (идеологическое) разделение населения на группы по этническому, расовому или религиозному признаку и их противопоставление, а иногда и столкновение «нас» и «их», осуществляется манипулирование массовым сознанием и поведением.

* * *

Ксенофобия в прессе может распространяться не только с помощью этнической лексики и этнических стереотипов, но и с помощью идеологем, что часто и происходит на практике. Заметим, что иногда очень трудно в ходе анализа информации отделить этнические лексемы от этнических стереотипов (и наоборот), этнические стереотипы от этнических идеологем. Но все они так или иначе способствуют формированию определенных массовых представлений людей о своем или других народах, о дружеском или враждебном отношении к «чужим». К слову сказать, это касается не только прессы, но и всех других каналов массовой информации, включая Интернет.

Идеологемы (идеи) – это также один из важнейших элементов информации, который может нести в себе значительный толерантный или ксенофобский, конфликтный потенциал. Это некое суждение, содержащее и иногда незаметно навязывающее аудитории определенные представления, взгляды и установки. Пример самых простых идеологем: *«Это хорошо, и мы с этим согласны»* или *«Это плохо, и мы должны это изменить»*. Данная форма – это открытые и «лобовые» или прямолинейные идеологемы. Еще их можно назвать «лозунговыми» или в некоторых случаях «мобилизационными». Но существуют еще косвенные, полускрытые и завуалированные идеологемы, которые, повторяемые в разных формах и контекстах, могут быть почти незаметными, но постепенно воздействовать на сознание и представления людей.

Идеологемы, рассыпанные по публикациям прессы, чаще всего не случайны, тем более если они касаются межэтнического или межконфессионального взаимодействия. Причем отметим, что это не только утверждение или констатация реального, а порой и выдуманного факта, совпадающее со стереотипами, но и потенциальная мобилизационная установка. Однако и здесь, как в случаях с этническими

лексемами и стереотипами, далеко не всегда можно на первый взгляд четко определить степень конфликтности идеологем.

Многочисленные идеологемы, встречающиеся в любых медийных публикациях, можно также типологизировать по отдельным группам (Малькова 2004в). Мы выделили **толерантные (миролюбивые и дружественные)** идеологемы, направленные на консолидацию и интеграцию полиэтничного общества: *«Разнообразие этносов – это хорошо»; «Мы – многонациональный народ страны с общей историей и общим будущим»; «Мы все – граждане одного государства, независимо от национальности и религиозных взглядов»; «Мы все – граждане одной страны»; «Мы давно и мирно живем с ними, и это нормально»; «Мы должны жить с ними дружно»; «Мы всегда сотрудничали с ними и взаимно помогали друг другу»; «Мы не хотим и не должны соперничать с другими этносами»; «Мы переняли у них много хорошего»; «Они хорошо влияют на нас»; «Мы хорошо влияем на них»; «Нельзя дискриминировать этнические и религиозные меньшинства»; «Несмотря на некоторые наши этнокультурные различия, ни у кого не должно быть особого статуса в городе, республике и стране»; «Мы осуждаем все виды этнической дискриминации»; «Мы живем вместе, поэтому вынуждены считаться друг с другом»; «Мы не должны портить с ними отношения»; «Давайте искать компромиссы с ними»; «Мы должны дружить и сотрудничать с ними, так как это выгодно нам всем».* Нельзя не заметить, что подобные идеологемы в нашей прессе и других информационных каналах в последние десятилетия встречаются нечасто.

Но об **интолерантных, или конфликтных, идеях**, которые можно назвать ксенофобными, этого сказать нельзя. Например, одна из важных тем, где присутствуют такие идеологемы – гражданство и связанные с этим проблемы: *«Они – не граждане нашей страны (или республики) и, если не выполняют принятые здесь правила, то пусть уезжают к себе»; «Мы – граждане, а они – не граждане, поэтому у нас больше прав»; «Мы – свои, коренные, аборигенные, а они – пришлые, неместные, чужие и должны вести себя скромнее»; «Мы здесь главные и должны иметь преимущества на нашей земле»; «Это только наши ценности, и никто другой не может на них претендовать»; «Скоро нас будет меньше, чем их»; «Если они останутся здесь, то через некоторое время...»; «Они нам еще покажут...»; «Они могут отнять у нас...»; «Нам надо что-то предпринимать»; «Давайте добиваться...»; «Их надо выселить, прогнать, убрать...»; «Их нельзя допускать к нам!».*

В процессе анализа российских газет нами были выделены множественные формы этнически окрашенных идеологем. Среди них:

- **идеологемы, связанные с позитивной самооценкой** (мы гордимся собой и своими достижениями; мы – великий народ, мы дали миру...; наших женщин любят во всем мире; мы лучше, сильнее, достойнее). Примеры: *«Нашим девушкам в этом виде спорта не было равных»; «Россия – великая страна с великим прошлым и большим экономическим потенциалом»; «Я – грузин, я – гражданин России и горжусь этим»; «Мы, наконец, вспомнили, что у нас как у нации есть гордость»;*

- **идеологемы сравнения и противопоставления** этносов и конфессий (мы такие же умелые, талантливые /ленивые, пассивные/, как и они, поэтому мы способны...; мы лучше /хуже/, чем они, поэтому нам надо...; нас больше /меньше/, чем их, поэтому...). Примеры: *«США – единственная на планете сверхдержава и будет поступать так, как считает нужным... Россия настолько слаба, что у нее нет иного выбора, кроме как послушно следовать за Америкой»; «Русские и армяне – самые что ни на есть братья, а грузин что-то не пойму, они не братья, троюрод-*

ные сестры...»; «Американская молодежь думает – чем она может помочь своей стране, а россиянин говорит, что он ничем не обязан этой стране»;

• **идеологемы, вызывающие сочувствие и сострадание (или самоуничижение)**, иногда с их помощью тиражируются идеи этнического и общенационального самоуничижения (*мы слабые и беспомощные, таков наш менталитет; нас становится все меньше, мы слабеем и беднеем; к нам относятся несправедливо, нас не понимают и обижают, и мы заслуживаем /не заслуживаем/ этого; нам жалко себя, но другие нас почему-то не жалеют*). Примеры: «Нашу команду откровенно душат, и что толку возмущаться? Мы абсолютно беспомощны»;

• **идеологемы, связанные с обидами** (*они угнетали нас раньше, продолжают делать это и сейчас; они отнимали у нас ресурсы, поэтому теперь должны заплатить нам; обидели нас, пусть извиняются; мы сами их обижали, теперь должны отвечать за это*). Примеры: «Украинцы обижены на то, что мы не согласились замять скандал...Мы обижены за погибших людей...»; «Россиянок выбрасывают вон, отдавая золото немкам»; «Третья кража из русского кармана состоялась в состязании фигуристов – одиночек... Выпотрошили медальные закрома нашей Родины»; «...Сразу раздалось: картину украли русские! Всякий раз, когда в Швеции случаются ограбления, речь заходит о “русском следе”»; «Что же вы делаете?! Наших спортсменов и так на Олимпиаде унизили – дальше некуда... Но своих-то защищать надо, а вы добиваете!»; «Наших не пустили на Паралимпиаду!.. Несправедливые гонения на наших параолимпийцев, мы получили новый удар ниже пояса...»;

• **идеологемы запугивания и угроз** (*они угрожают нам; мы их боимся / не боимся; если они сделают так, то мы...; мы не должны их бояться*). Идеологемы запугивания – одна из широко распространенных в последние годы форм журналистской деятельности. Испуг, притом массовый, паническое чувство, с помощью которого можно быстро нарушить спокойную атмосферу в полиэтничном обществе, поднять и возбудить этнические чувства, обеспокоить и взбудоражить население. Примеры: «Мы еще ответим за все обиды»; «Пусть всякие ягры, халлы, бельмондо и прочие монпансье вздрогнут от могучего “Вперед Россия!”»; «Они думают – от русских можно спрятаться? Не выйдет! Куда пришли русские, везде будет правда! Смерть американским агрессорам!»; «Не исключено, что террористы вновь соберутся в кулак и попытаются захватить один из российских курортов»;

• **идеологемы насмешки, ерничества**. Примеры: «Забавно выглядят кавказцы-мусульмане, предлагающие свиное сало»; «Именно армия Кучмы отличилась в черноморской битве с гражданским российским самолетом... Украинский президент так неловко сделал признание, что стыдно стало даже представителям российской власти»; «Ох, Украина – Украина! А также Азербайджан, Польша, Литва и Болгария! Когда же такое было, чтобы Швейцария, Италия и Германия... выступают за первое место русской пары, а вы – наши братья по разуму, газу и социальному прошлому – против?»;

• **идеологемы конфликтности и открытой вражды**. Примеры: «Нормальный москвич сочтет оскорблением, если необмытый заморыш (приезжий милиционер) на ломанном русском сделает ему замечание»; «Исламские страны могут отомстить Киризии за их помощь янки. И вообще – как могла Россия пустить сюда американцев?! Ведь если их однаждыпустишь, потом уже не выкинешь!»;

• **идеологемы-подстрекательства**. Примеры: «Чем дольше США тянут с началом военной операции, тем смешнее они выглядят в глазах исламских стран»; «Три дня после начала американской операции возмездия давно минуло, а обещан-

ная министром обороны США наземная операция в Афганистане так и не началась... Топчутся войска Северного альянса».

Приведенные здесь идеологемы, рассыпанные в последние годы по страницам московских газет¹⁰, не исчерпывают их реального количества и многообразия. Но даже только представленные выше элементы информации, охватывают множество различных сюжетов, тем и сфер жизни, взаимоотношений между людьми, этническими группами, странами. И это только московские издания. Что касается региональных, особенно республиканских, в них также присутствует подобная форма подачи материалов, связанная во многом с отношениями представителей титульного этноса и русских жителей республик, вопросами культурных, языковых и образовательных приоритетов, проблемами взаимоотношений республики с федеральным центром и т.д. Эти идеологемы также, как и в московских изданиях, в регионах бывают толерантными и конфликтными, но все же более осторожными, чем в столичных.

* * *

В данном разделе мы кратко представили один из способов структурного анализа газетных материалов, который позволяет выявить в СМИ основные элементы ксенофобии и конфликтности (страх перед «чужими», разжигание этнонациональных обид и ненависти, оскорбление национального или религиозного достоинства, этническая дискриминация и др.), а также элементы этнической толерантности (гуманизм, дружелюбие, сотрудничество, взаимопомощь...). Заметим, что многочисленность ярких медийных высказываний о взаимоотношениях представителей разных этносов и стран показывает разнообразие форм современного человеческого общения с помощью слов и знаков. Но не только. Мы фиксировали в прессе **допустимые или сомнительно допустимые** на сегодняшний день варианты медийного освещения межэтнических отношений, которые СМИ сами инициируют и провоцируют. В работе сделан акцент преимущественно на рассмотрение сомнительных информационных приемов, которые порой спорны, поскольку балансируют на грани конфликтности и нейтральности этнонациональных отношений. Но журналисты и другие авторы все же активно их используют, не задумываясь о том, что подобные публичные высказывания могут искаженно влиять на массовые представления, обесценивать добрые многовековые традиции человеческого общения, способствовать развитию межэтнической напряженности в регионе и в стране.

В то же время на многих форумах и конференциях думающие журналисты, критично относящиеся к некорректной деятельности своих коллег, понимая огромную созидательную роль СМИ в жизни современного российского общества, сами предлагают постоянно держать данный вопрос в поле общественного внимания. Свобода мысли и слова, которая непременно должна соблюдаться, требует от журналистов определенного самоконтроля и моральных тормозов, здесь важны и личная ответственность журналистов, и коллективная журналистская этика. Для этого законодательно должны быть выработаны механизмы общественного давления.

Касаясь ксенофобии и других правонарушений явлений межэтнического взаимодействия, журналисты на своих многочисленных форумах, в профессиональных изданиях призывают перестать играть на чувстве коллективного страха, предлагают договариваться, а не просто отрицать страхи «других». Конечно, образ врага может на время объединить общество. Но ведь дальше проблемы все равно должны решаться, а как известно, «худой мир лучше доброй ссоры». СМИ должны объяснять роль «других» в «нашей» жизни. В реальности многие страхи выдуманы и не обос-

нованы, их нагнетают с обеих сторон. Нужно стимулировать межэтнический диалог, но не давать трибуну националистам и экстремистам для привлечения внимания (хотя существует и противоположная точка зрения: несправедливо не давать слова инакомыслящим). В целях противостояния такому сложному явлению, как ксенофобия, в наших СМИ важно акцентировать идеи гуманизма, человеколюбия и добрососедства. А идея целостности и единства настоящей и будущей России должна быть в общественном сознании одной из главных.

¹ См.: Тишков 2016; Гонцовский 2014; Гурина 2012; Тишков, Шабаев 2011; Шнирельман 2005 и др.

² Подробнее о громком судебном процессе см.: МК. 04.08.2016.

³ К слову сказать, многие понятия и терминология, относящиеся к проблемам межэтнического взаимодействия (в том числе «разжигание межэтнической розни») как в науке, так и в законодательных документах четко не определены, что, безусловно, затрудняет работу экспертного сообщества и самих журналистов. См., например, информацию известного аналитического центра СОВА, регулярно сообщающего экспертному сообществу о таких случаях (URL: <http://www.sova-center.ru/>). См. также: Пономарев 2016.

⁴ Конституция Российской Федерации. Основной закон. URL: <http://constitution.ru/>. См. также: Устав Организации Объединенных наций. Декларация о правах лиц, принадлежащих к национальным или этническим, религиозным или языковым меньшинствам (1992); Рамочная Конвенция о защите национальных меньшинств, разработанная в Совете Европы (1994–1995гг.); Конвенция об обеспечении прав лиц, принадлежащих к национальным меньшинствам, подписанная в 1994 г. государствами – участниками Содружества Независимых государств (Национальные отношения... 1998).

⁵ Этими вопросами занимались многие отечественные исследователи, в том числе Г.У. Солдатова, Л.М. Дробижина, В.В. Гриценко, Н.М. Лебедева и др.

⁶ Более подробно (хотя и в другом ракурсе) материалы многих исследований российской прессы были описаны автором в работах разных лет (Малькова 2004в; 2007б; 2011 и др.).

⁷ Приведены результаты анализа газеты «Московский комсомолец» (МК).

⁸ Стереотипы и образы этносов – это не совсем совпадающие понятия. В отличие от стереотипов, образы – более объемные и многогранные явления, состоящие из множества компонентов (культурно-психологических, религиозных, политических, экономических, территориальных, исторических, современных и т.п.).

⁹ По сообщениям электронного издания Гильдии этнической журналистики «Национальный акцент» (01.07.2016), соответствующий заказ размещен на сайте госзакупок. Контракт обойдется в 1,9 млн рублей, сроки подачи заявок – до 25 июля. В документах к заказу отмечается, что *«для России актуальным вызовом является усиление россиефобского дискурса на современном историческом этапе»*. По мнению авторов, это явление за рубежом и внутри РФ *«представляет собой реакцию на объективно вызревающий исторический этап российского национального возрождения»* (URL: <http://nazaccent.ru/content/>)

¹⁰ Приведены примеры на основании анализа трех популярных центральных изданий – газет «Комсомольская правда» (КП), «Московский комсомолец» (МК), «Аргументы и факты» (АиФ).

РАЗДЕЛ II. ПРОБЛЕМЫ РОССИЙСКИХ РЕСПУБЛИК В ОТРАЖЕНИИ ПОСТСОВЕТСКИХ МЕДИА СМИ И ЭТНОРЕСПУБЛИКАНСКАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ¹

Заметное влияние СМИ на массовое сознание, на политизацию и этнизацию всего российского общественного пространства еще более усилилось в первые постсоветские годы (начало 1990-х). Рассматривая материалы СМИ как одного из важнейших факторов активизации общественно-политических и этнических процессов, как проводника многих общественно-государственных идей и ценностей в массовое сознание, как важного хранителя и корректировщика социальной и национальной памяти, остановимся на изучении процесса идеологического конструирования с их помощью общегражданской и этнической идентичности в первые годы постсоветской жизни России.

В начале 90-х годов XX в. страна пережила еще одну катастрофу. Не только распался «великий и могучий Советский Союз», казавшийся незыблемым и вечным, не только резко сократились его территория и население, резко поменялись властные структуры, но в очередной раз сломались многие коллективные идентичности – социально-политическая, общегражданская, общесоветская, этнокультурная. В то же время постсоветский период с его плюрализмом мнений, внезапно появившейся многопартийностью, демократией, рыночной экономикой и прочим вывел к жизни множество новых явлений, в том числе изменения деятельности информационных каналов. СМИ как один из главных каналов гражданского воспитания в прошлом, существенно обновившийся в условиях рынка, увлеклись теперь другими проблемами, в том числе и целенаправленным зарабатыванием денег. С первых постсоветских лет уже нельзя однозначно говорить о серьезных государственных усилиях по формированию единого общегражданского самосознания, о создании и распространении в СМИ традиционных норм поведения и важнейших общественных ценностей, психологически скрепляющих население страны в единое целое. У разных социально-политических, этнотерриториальных, религиозных и других сообществ страны эти ценности в значительной степени стали «своими», групповыми, иногда совпадающими, а новые идеологи популяризировали их в разнообразных вариантах.

Но страна, родина, отечество и в этих условиях остались главными ценностями для миллионов жителей России, хотя теперь роль официальной государственной идеологии проявляется в этом очень слабо. Традиционные для россиян в течение столетий коллективные ценности – родина, народ, патриотизм, власть и другие стали в постсоветском информационном пространстве расплываться. Налет сакральности, который придавался этим явлениям официальной пропагандой дореволюционного и советского периодов, в значительной мере исчез. Теперь в прессе и других СМИ можно видеть и слышать не только уважительное название страны – «Россия» или «Российская Федерация», но также «РСФСэрия», «Рашка» или «эта страна». Информация о стране, ее внутренней жизни и актуальных проблемах в центральных СМИ заметно сократилась. И это со временем негативно отразилось на массовых знаниях и представлениях людей, особенно молодых. Многие граждане теперь плохо представляют географию и историю своей страны, ее основные культурные и природные достопримечательности, не знают своих республик и областей, своих

героев и исторических достижений и даже слов измененного гимна, который в советские годы традиционно звучал по радио и телевидению. Конечно, здесь сказываются не только медийное невнимание ко всем этим нюансам нашей общей жизни, но также кризисные явления в образовательной сфере и многие другие причины. В этом видится также большая ошибка современных государственных идеологов и политологов, не замечающих самых простых информационно-просветительских недоработок, до сих пор пытающихся найти «национальную идею», которая психологически поможет «скрепить» народы страны.

Народ, население любой страны – это, безусловно, ее самая большая и постоянная ценность. С распадом СССР население нашей страны заметно уменьшилось, по некоторым подсчетам, до 84 млн человек остались за ее пределами. Для России это огромная потеря. Но, оказывается, не все так считают. В одной из самых популярных российских газет («Московский комсомолец») сообщается, что *«...если бы Союз сохранился, этих людей пришлось бы содержать нам, поскольку средние доходы, например, в Узбекистане в 5 раз ниже среднероссийских, и не стоит долго думать о том, кому пришлось бы оплачивать эту разницу... В 1991 году нам несказанно повезло, что удалось относительно бескровно избавиться от такого количества “балласта”»* (Д. Некрасов. 04.04.2016). Но есть и другие мнения. Власти и общество стараются следить за численностью и другими демографическими показателями российского населения, заботясь о его приросте с помощью различных государственных программ – материнский капитал, возвращение соотечественников, привлечение в страну инокультурных мигрантов. Надо отдать должное новым российским властям, что порой для защиты россиян, попавших в беду за границей, они предпринимая определенные действия, о которых сразу же сообщают многие СМИ. Это добавляет некоторой доли уважения (?) к образу власти, защищающей «своих», хотя далеко не всегда удается помочь нашим соотечественникам. Да и термин «россияне» теперь довольно активно используется в информационном пространстве, живет в общественном сознании и особенно актуализируется в праздничные дни или при выезде людей за границу. Но, как показывают многие социологические опросы населения, понятие «россияне» пока еще не стало полностью устойчивым для жителей страны, особенно в национальных республиках. Здесь, как и в других российских регионах, с ним активно конкурируют этнические и региональные названия сообществ, помогающие формировать свою местную идентичность. То же относится и к русскому населению, проживающему в разных республиках страны. Сегодня в информационном поле образ русских как бы ненароком заменяется или совмещается с образом россиян. Насколько это явление безобидно, позитивно или негативно для огромного народа – вопрос дискуссионный. Но в то время, как этническое самосознание других российских народов активно поддерживается их национальными идеологами, активистами и СМИ, русское этническое самосознание не находит заметной общественной поддержки. Об этом, в частности, свидетельствуют и наши исследования материалов СМИ, результаты которых представлены ниже.

Необходимо отметить, что образ россиян в наших СМИ также заметно трансформировался. В прессе и на телевидении россиян довольно часто называют «совками», а с 2014 г. еще и «ватниками», «колорадами» – кличками, заимствованными у националистов Украины, и даже – «быдлом». Слово «патриот» во многих случаях произносится в нынешних СМИ с усмешкой. Некоторые жители страны имеют на

всякий случай (?) двойное гражданство, другие уезжают из страны на долгое время или насовсем, оставляя решать многочисленные проблемы «совкам». А СМИ, иногда прославляя (но чаще ругая) власть, ассоциируют ее со страной, в которой жизнь становится все хуже и труднее. И нередко образы страны и российского народа представляются массовому сознанию своими же журналистами и другими авторами (соотечественниками!) негативно. *«От всего этого можно сойти с ума. Русские – прекрасные солдаты, талантливые ученые, отважные землепроходцы. Это известно всему миру. Но, к сожалению, мы – мы! – плохие чиновники, лживые, вороватые и равнодушные. Это наш национальный бич! Государь император Петр Алексеевич это прекрасно знал. А потому норовил привлечь немцев, голландцев и прочих шведов»* (М. Веллер. МК. 09.03.2016).

Для иллюстрации деятельности современной российской прессы по созданию коллективных представлений россиян о своих национальных ценностях можно привести небольшой, но много говорящий перечень публикаций, выбранных нами из ежедневной газеты «Московский комсомолец» за три месяца (апрель–май) 2016 г.

Образы России и российской власти в заголовках публикаций МК:

Россия возрождается или поднимает голову? (6 июня); *Русь поборная* (28 апреля); *Как России вернуться в великую историю?* (18 мая); *России дали условный срок* (15 июня); *В России установили новые рамки коррупции* (25 мая); *Россия в яме стабильности* (23 июня); *Патриотизм – это русофобия* (30 марта); *Главный российский кризис – кризис* (17 июня); *Зачем нам нужен президент* (10 мая); *Верхи не могут, не знают и не умеют* (7 апреля); *Время самозванцев. Неквалифицированные управленцы понижают качество народа до своего уровня* (18 марта); *Откуда и куда нас властно направляют?* (9 марта); *Возвращение СССР – зло для России* (4 апреля); *Сталина на вас нет* (17 марта).

Образы россиян в заголовках публикаций:

Россиян травят сыром и маслом (16 мая); *Россияне привыкли к кризису* (14 апреля); *Россияне бегут на органы* (29 марта); *Российский спорт жив, и только футбол мертв* (22 июня); *Российские гей-клубы усиливают меры безопасности* (14 июня); *Предел терпения. Ощущение общей пассивности россиян обманчиво* (4 марта).

«Почему же мы терпим, молчим и продолжаем надеяться на пресловутый русский авось – дескать, снаряд упал рядом, но не на нас же! – восклицает один из постоянных авторов газеты. – Разве не в наших силах все изменить? Привычка терпеть – именно так можно сказать почти обо всех нас. Мы терпим, когда не платят зарплату, терпим, когда без объяснения причин выгоняют с работы, терпим нелегитимное правосудие... Но долго запрягающий русский народ, как известно, быстро едет. Стоит ли доводить дело до крайности?» (Н. Миронов. 04.03.2016).

Однако и в нынешней России и даже в деятельности российских СМИ не все можно мерить одним аршином. Страна состоит из 85 субъектов, и в каждом из них складывается своя социально-политическая, экономическая, этнорелигиозная, культурно-психологическая ситуация. Все субъекты имеют свои региональные особенности, свои взаимоотношения с федеральным центром, свои коллективные ценности и свои долговременные или короткие стратегии развития. А региональные СМИ так или иначе освещают эти процессы, помогая или препятствуя местным властям решать их задачи.

В этой связи становится актуальным вопрос: каково психологическое самочувствие бывших советских народов, оказавшихся вдруг без своей прежней огромной

страны? Столько времени люди жили вместе, считая своей родиной огромный Советский Союз, уважая общую историю, общие ценности и символы, надеясь на совместное «светлое будущее»... Какими же теперь, после распада «великой державы», «союза нерушимого республик свободных», должны быть коллективные представления о единстве и целостности страны и нации, структура и содержание коллективной памяти? Вопросов возникает немало, ответы на них пытаются найти политологи, социологи, психологи, историки и другие специалисты.

В нашем исследовании отражен лишь небольшой сегмент в этой обширной области, связанный с позицией новых российских республиканских элит и их идеологов, формирующих с помощью СМИ у жителей своих республик (бывших автономий РСФСР) новое постсоветское сознание, распространяющих новые (старые?) ценности и идеи.

После распада Советского Союза начался процесс регионализации современной российской прессы, местные газеты и телевидение стали более, чем общенациональные, востребованы населением республик и местными рекламодателями (Вартанова 2014). Наш анализ региональной прессы позволяет выяснить, как республиканские СМИ начального постсоветского периода старательно формировали у своего населения этническую и региональную идентичность, в лучшем случае, убирая в тень позитивный образ бывшего Советского Союза и России.

Обратимся к рассмотрению этнополитической ситуации, складывавшейся в тот период в Татарстане, где возник один из серьезнейших очагов межнациональной напряженности (Малькова 1993). В качестве источников были взяты печатный орган республиканского правительства – «Советская Татария» (СТ) и оппозиционная (частная) газета «Казанский телеграф» (КТ) за 1992 г. В процессе сравнительного анализа этих наиболее читаемых в то время в республике изданий, было в частности выявлено, что формирование коллективных представлений и коллективных идентичностей в прессе, как и раньше, направлялось на свое, теперь уже «независимое» государственное образование, его территорию и границы, природные и человеческие ресурсы, интересы и стратегии.

Одним из свидетельств этого является в том числе использование **особой лексики**, фокусирующей внимание аудитории на обсуждаемой теме. В татарстанских газетах и в тот период общественно-политической нестабильности в стране (самое начало 1990-х) использовались знакомые и близкие населению выражения: *«наша республика, наш мудрый и спокойный народ, наши земляки, сограждане»* и т.п. С их помощью жители Татарстана как бы психологически объединялись в одно целое. Но одновременно даже привычное в советский период выражение *«народы республики»* можно было в той беспокойной атмосфере, независимо от контекста, воспринимать не столько сближающим, сколько идеологически разделяющим единое население республики на этнические группы. Даже это могло стать деструктивным фактором в межнациональных отношениях в условиях грандиозных этносоциальных и политических трансформаций, на фоне заметного роста этнического самосознания титульного населения и акцентируемых идеологами исторических «обид народов на Россию, на Москву».

Формирование отдельной этнической и региональной идентичности у местного населения стало ведущей тенденцией прессы всех российских республик. Этому способствовали (кроме лексики) и **определенные идеи**, транслируемые в общественное пространство (еще один важный пропагандистский прием). В татарстан-

ской прессе, кроме локализации общественного внимания на своем регионе, это была в частности *«идея отдельного пути»* Татарстана, идея его самостоятельности и самодостаточности, идея былых обид и упреков в адрес России и *«кровавых событий 1552–1553 гг.»*. Распространялись прессой также идеи *«нашего отдельного экономического оптимизма»*, озвучивались намерения расширить самостоятельные внешнеэкономические связи Татарстана с другими странами. Задача превратить республику в *«центр международной торговли»*, провозглашенная в правительственном издании в тот период всеобщей российской нестабильности, стала для татарстанцев *«одной из стратегий собственного выживания и возрождения»*.

Одновременно пресса республики так же, как и ряда других, представляла своей аудитории контрастный образ *«плохой России»*, показывая тяжелую жизнь остальных россиян, нищету, преступность, коррупцию. В этих случаях в газетах использовались такие информационные приемы, как сравнения своей республики с Россией, но где Россия представлялась как бы отдельным государством: *«Выплаты зарплат у нас мягче и лояльнее, чем в России»*, *«В России спад промышленного производства еще больше, чем в Татарии»* (СТ. 16, 21 мая 1992).

Публикации газет позволяют проследить, как руководство республики и часть татарстанского общества того периода были нацелены на *«закрепление своей государственной самостоятельности»* и в какой степени единое сознание населения было расколото на сторонников и противников полного разрыва с Россией. Пропагандистское жонглирование разными мнениями: с одной стороны – *«татарской национальной идеей»*, а с другой – *«идеей единой и неделимой России»*, усиливало противостояние этнополитических группировок и растерянность населения. Оппозиционное издание *«Казанский телеграф»*, отстаивая многовековое единство российской нации, активно порицало *«антироссийскую и антирусскую истерию татарских национал-патриотов»*, показывало *«расширяющийся раскол общества»*, показывало *«нашу общую Родину, которую рвут на части»* (16 февр.). Задача укрепления общероссийского единства, формирование общероссийской идентичности в таких условиях казалась почти невыполнимой.

Используя СМИ в политической борьбе, местные идеологи в тот начальный постсоветский период словно отгораживали свою республику от всей страны, локализовывали позитивное коллективное сознание в основном на своем регионе, на своих этнических и региональных аспектах жизни. Общероссийские духовные и материальные ценности (большая страна, все ее народы, общая центральная власть, общая история и культура и др.) – все было отстранено и вытеснялось из общественного сознания. Одновременно в СМИ создавался негативный образ России как постороннего, как *«нашего»* противника, тенденциозно комментировалось общее историческое прошлое, реанимировалась и конструировалась враждебная мифология, нагнетались исторические обиды. И такая картина в действиях местных идеологов в тот период вырисовывалась в официальных изданиях почти всех республик страны.

В Татарстане для этого привлекалась информация и о своей национальной «диаспоре» в других регионах России и за рубежом, и разделяющий религиозный фактор, и муссирование пантюркистской идеи, и языковые проблемы, и «татаризация кадров», и даже проблема «деэтнизации русских». Большое исследование татарстанской прессы, которое было проведено нами в начале 1990-х годов, показало не только сам очень сложный процесс построения новой федеративной России, весьма сложные и болезненные межнациональные и межгосударственные отноше-

ния в переходные периоды жизни страны, не только политическую и идеологическую борьбу ее элит за будущее «своих» регионов, но и новые механизмы информационного противостояния разных элит на пути развития своих сообществ, а попутно – и изменение с помощью СМИ коллективных идентичностей, всего общественного сознания, его идей и ценностей.

В тот период особенно сложными представлялись **самочувствие русского населения** в российских республиках и состояние его идентичностей – русской, общегражданской, региональной. В первые постсоветские годы в бывших автономиях РСФСР проживало около 9 млн русских. Идеологическая атмосфера, в которой им пришлось как-то приспособливаться к новой жизни, в разных регионах новой России была неодинаковой. Но процесс трансформации идеи и образа «старшего брата», «покровителя братских народов» в идею и образ их «обидчика и угнетателя», в «лишних и чужих людей в национальных республиках» повсюду стал сильным стрессовым этнопсихологическим потрясением для миллионов русских людей. Особенно болезненно это воспринималось в бывших союзных и автономных республиках. В этих условиях в очередной раз проявилась двойственная роль СМИ, которые, с одной стороны, представляют один из важных источников информации о жизни и изменениях в обществе, а с другой – это активный идеологический канал, тревожащий и будоражащий общество, дробящий его устоявшиеся коллективные представления и чувства, конъюнктурно выделяющий одни факты и события и затеняющий другие. Таким образом, СМИ и их спонсоры способствовали ломке прежних массовых представлений об окружающем мире, обесцениванию или стиранию многих коллективных ценностей и идентичностей. Насколько это хорошо или плохо для стабильности и спокойствия в обществе, для психологического самочувствия русского и другого национального населения страны, трудно сказать однозначно.

Центральная пресса тех лет, по данным наших исследований (Малькова 1993), акцентировала в общественном сознании идею о том, что «русские люди остались в бывших союзных республиках без родины». Эта идея внезапно «потерянной родины» с горечью звучала в «Российской газете», «Общей газете», «Независимой газете», «Известиях» и других изданиях. Тогда в СМИ начали активно использоваться выражения (опять лексика!): «новая русская диаспора», «двойное гражданство», «российские общины», «разделенная нация», «сужение и ограничение русской духовной жизни», «пока еще неразбуженное российское сознание» и т.п. В центральной прессе также обсуждалась судьба русскоязычных СМИ в бывших республиках, которые получали дотации от Москвы, но при этом «неправильно показывали Россию».

Еще одно исследование республиканской прессы Саха (Якутии), Северной Осетии, Татарстана и Тувы было проведено нами чуть позже, в 1994–1995 гг. Эти бывшие в составе РСФСР автономии (как и все остальные) стали равноправными российскими республиками в составе новой федерации, в них как и прежде проживало большое количество русского населения. Судьба русских и ситуация, в которой они вдруг оказались после распада Союза, на первый взгляд, не была такой драматичной, как в отделившихся бывших союзных республиках, ведь они так и остались в России. Тем не менее замена одних общественных ценностей на другие, в определенной степени внезапная и насильственная, не могла не оставить болезненных следов в массовом сознании, в представлениях людей о своей «потерянной (! – В.М.) родине» и ее целостности. Мы фиксировали случаи, когда привычные

в прошлом попытки центральной российской прессы вмешаться в те или иные обстоятельства в республиках, вызывали там протест и недовольство у представителей местных элит. В прессе звучали возмущенные голоса, что *«центр опять вмешивается в то, что трудно понять издали»* (ТП². 22.06.1995).

Анализ информации местных газет позволяет увидеть конкретную ситуацию с **положением русского населения** в вышеперечисленных республиках, освещаемую в 1994–1995 гг. с позиций местных идеологов. Напомним, что после распада Советского Союза, в самом начале 1990-х годов, почти все официальные республиканские газеты сосредоточили внимание в основном на интересах своих этнических общин. Они публиковали острые материалы о подготовке новых законов о гражданстве, о государственных языках в своих республиках. К этим публикациям добавлялись и муссируемые слухи о бесперспективности в республиках «русскоязычных жителей» и их детей, сообщения о национальных (этнических) движениях, митингах, пикетах и демонстрациях самих «русскоязычных» под лозунгами единства республик и всей России. Часть русских граждан, не выдержавших перемен, спешно покинула республики. Обстановка в регионах постепенно стабилизировалась к 1995 г. Пропагандистские акценты в прессе сместились к вопросам укрепления и сохранения своих республиканских суверенитетов и выяснению отношений с федеральным центром (до подписания договоров о разграничении полномочий). Конечно, условия в каждой республике были неодинаковы, и русские также, как и «коренные», жили там в разной этнопсихологической атмосфере.

Из публикаций прессы вырисовывается картина трех разных явлений, которые республиканские идеологи представляли своему населению. Первое – «большая Россия – наша покровительница или обидчица», чей образ иногда подменялся в прессе образом «Центра», «Москвы»; второе – «огромный русский народ» со своими ценностями, о котором теперь говорили без особых симпатий и не так часто, как раньше; и третье – «наше русское или русскоязычное население», которое, с одной стороны – это «мы», а с другой – «некоренные», «нетитульные» жители республики. Все образы представлялись в республиканских газетах очень расплывчато, так как сама задача для республиканских идеологов и их СМИ была не очень понятной. Как формировать коллективную идентичность – общероссийскую, республиканскую и этническую? Какие идеи и ценности использовать и актуализировать? Что из коллективной памяти убрать, а что оставить для массового сознания? С помощью каких ценностей и идей укреплять свой суверенитет и свою республиканскую государственность? Как на фоне разделения на «коренных» и «пришлых» формировать общереспубликанское сознание? Можно ли и как объединять население важными общественными ценностями без акцента на национальную принадлежность?

В этой связи особенно интересен **образ России**, который конструировался республиканскими идеологами и внедрялся через СМИ в массовое сознание в середине 1990-х годов. В тот период укрепления республиканского суверенитета пресса показывала (а порой скрывала) двойственную роль России в жизни своей республики. С одной стороны, Россия для республик – это страна-покровитель, совмещающая в себе множество позитивных функций: государственных, политических, экономических, координационных, социальных и др. А с другой стороны, для части элит – это как бы противник, большое препятствие для собственного государственно-политического развития, для «скачка в мировое сообщество» в качестве самостоятельного участника. Поэтому, по мнению отдельных идеологов, местные русские,

если они живут в данной республике, должны солидаризироваться с ее интересами. Эти мотивы нередко просматривались в публикациях многих республиканских газет. Авторы некоторых материалов по-новому оценивали судьбу России в прошлом, настоящем и будущем, что также иногда находило отражение в республиканской прессе. Образ страны представлялся населению неоднозначно. Особенно негативировался исторический облик России в прессе Якутии, Татарстана, Тувы. На основании наших исследований был сделан вывод, что в тот период республиканской общественности внушалась идея давней исторической вины России перед «местными» народами, а отсюда вытекала идея реванша, идея приоритетности собственной республики перед Россией. Обсуждались и вопросы собственно русской государственности, различия русской и российской государственности, имперскость советской страны (имела ли она место или нет). В ряде публикаций республиканской прессы Россия характеризовалась как «*усыхающая*», «*неевропейская страна*», как «*жесткий шов между цивилизациями*», как виновница многих исторических бед «коренных» народов... Но вместе с тем в тот период в речах лидеров республик иногда звучало: «*Мы сознаем, что, когда находимся в составе России, за нами стоят мощь и достоинство великого и могучего государства, поддержка русского народа*» (Якутия³. 24.06.1995). Как эта противоречивая пропаганда отражалось на укреплении русской и российской идентичности в республиках – однозначно сказать нельзя. Но эти противоречия, проявляющиеся в СМИ того периода, показали определенную растерянность местных элит, несогласованность их мнений и представлений о будущем развитии своих республик.

Процесс перераспределения власти между республиканскими и федеральными элитами представлялся в прессе республик как решение «наших» групповых, общереспубликанских интересов. На массовых мероприятиях непременно демонстрировались символы «нашей» республиканской государственности – республиканский герб, флаг, гимн, выполняющие общественную миссию «нашего» общественно-политического единения и отличительности «нас» от «других». Все это тиражировалось и распространялось местной прессой для формирования и укрепления этнореспубликанской идентичности. Идеологи акцентировали в массовом сознании и другие признаки суверенной государственности: новую республиканскую конституцию, новые законы, новые политические традиции, говорили о «новой власти, избранной народом», «нашей» территории с четкими границами. Укреплению государственности и объединению населения способствовала и официальная риторика в СМИ, которая присутствовала в обращениях лидеров к народу: «сограждане», «наш многонациональный народ», «жители нашей республики» и др. Для эмоционального усиления идеи государственности иногда в прессе использовался и такой журналистский оборот: «*В Татарстане, как и в десятках других стран Европы...*» (СТ. 28 марта).

В тот нелегкий период республиканские газеты особо подчеркивали гордость населения за свою республику. Это связывалось как с суверенитетом, так и с реальными или мифическими успехами республик в разных областях жизни. Тувинская пресса, например, с гордостью рассказывала о снижении преступности и об экологической чистоте в своем регионе; якуты гордились «*высоким минерально-сырьевым потенциалом, алмазами, национальной интеллигенцией и национально-художественными промыслами*»; татарская пресса – «*татарстанской моделью развития федеративных отношений*» и «*выходом республики на мировую арену*».

А предметом гордости в Северной Осетии пресса называла *«осетинский театр»*, *«народное искусство»*, *«душу своего народа»*, *«своих героев»*, а также *«свое великое государство – Россию и свою маленькую родину – Осетию»*. Идея гордости за «наши общие ценности, за наше достояние», безусловно, являлась объединяющей для всех жителей республик, причастных к этим ценностям, успехам и достижениям. И это относилось не только к титульным этносам, но и ко всем жителям республик.

Объединяющей идеей, формирующей этнореспубликанское самосознание, стала идея древней государственности титульных народов, подтверждавшаяся в газетах разными реальными и мифическими историческими фактами. Особенно она подчеркивалась в прессе Якутии, Тувы и Татарстана. Выявленная нами группа идей, распространяемых в республиканских СМИ в середине трудных 1990-х годов, показывает в основном миролюбивую позицию республиканских авторов и их идеологическую направленность на объединение своих граждан, а не на их разделение по этническому признаку.

Однако в прессе встречались и другие идеологемы, конфликтные или провоцирующие конфликтность. Идеологи и политики того времени, стремившиеся взять суверенитета *«столько, сколько смогут проглотить»*, инициировали публичные дискуссии вокруг этого феномена. Суверенитет – что это такое? Какие «нам» от него выгоды? Кто является носителем суверенитета – все жители республики или только представители титульного этноса? Местные публицисты задавались вопросом: как их республика – суверенное государство – может находиться в составе другого государства? Об этом велись горячие споры на страницах газет Якутии и Тувы.

Несмотря на разъяснения ученых, что субъектами национальной политики должны быть не столько республика и автономные округа, сколько граждане и народы (Малькова 1996), местные политики и идеологи того периода не понимали и не могли объяснить населению – что такое суверенитет. Подробный анализ публикаций показывает, что через прессу населению последовательно внушалась **идея** о том, что республика – это самостоятельное государство в составе России, а республиканский суверенитет и государственность – это ее нынешние самые главные общественные ценности, и в *«наших интересах их отстаивать, укреплять и расширять»*. В пылу полемики раздавались эмоциональные реплики в отношении федерального центра (*«господина центра»*), который *«делал из нас сырьевой придаток»*, *«которого мы кормили»*. Громко звучала в прессе и еще одна идея: *«нашему суверенитету грозит опасность»* со стороны центра, который *«может отобрать у нас наше завоевание»*. И важно подчеркнуть, что большинство подобных идей рождалось в головах представителей научной интеллигенции, обсуждавшей их на страницах газет.

Отношения с федеральным центром: «Мы и Россия – согласие или противостояние?» – один из важных вопросов в прессе того времени. «Россия» в этот период – это уже «не мы», но и не всегда – «они». Понятие «Россия» иногда подменялось словами «Центр», «Москва», «федеральные структуры» и даже – «русские». Но, как выяснилось в ходе исследования, в 1995 г. (это был год подписания договоров о разграничении полномочий с федеральным центром) в официальных республиканских газетах не встречалось идей о выходе республики из состава федерации. Общий настрой республиканских элит был в то время все же осторожным, а идея сохранения республиканского суверенитета, несмотря на некоторую ее конфликтность, стала важной консолидирующей идеей для жителей республик.

Эта конфликтогенность проявлялась и в публикациях, муссировавших исторические обиды, наносимые республике в прошлом, да и в настоящем. Так, в 1995 г. в прессе Якутии высказывались претензии к федеральному центру, связанные с языковыми вопросами, несправедливым, с ее точки зрения, распределением доходов от сырьевых ресурсов и в целом с положением малочисленных народов Севера. В татарстанской прессе звучали упреки России в давних исторических обидах, подчеркивалось «небрежение» к татарскому языку, «вторичность» татарской культуры, ее незаслуженная провинциальность в российском пространстве и т.д. Все эти акценты в информационной деятельности местных СМИ, несомненно, способствовали формированию не очень позитивных представлений жителей республик о положении своей «малой родины», ее месте в большой федерации. Это, в конечном итоге, множило протестные настроения, сплачивая нерусскоязычную часть республиканского населения, противопоставляя «наше сообщество» «им» – большой России. Местные интеллектуалы мифологизировали многие исторические факты, внедряя их в общественное сознание, реанимировали забытые исторические сюжеты и национальных героев. Это был еще один яркий пример направленного регулирования коллективного сознания правящими элитами.

С помощью прессы в республиках создавался и укреплялся новый образ «наш», образ титульного этноса – как народа, «встающего с колен», сильного в прошлом, но временно «уснувшего», а теперь опять возрождающегося. Идеи: «*мы – народ*», «*мы – этнос*» и «*мы – республика*» в тот период стали звучать в СМИ громче, чем прежде. Разными способами пресса формировала этнореспубликанское самосознание своих земляков: создавала успешные или обиженные образы республик, формулировала стереотипы титульного народа (талантливый, добрый, мудрый, трудолюбивый, дружелюбный, искренний, благородный). Но идеяопасности, страх потерять свою свободу оставалась в тот период в центре внимания прессы во всех регионах. Беспокойство (или запугивание в СМИ) связывалось не только с Россией и федеральным центром, но и с модернизационными и глобализационными процессами, которые могут стереть национальную самобытность, уничтожить национальный язык и духовные ценности. Поэтому в газетах Северной Осетии, Тувы, Якутии звучали призывы «*спасать нравственность, культуру, язык, архитектуру... пересматривать наше место в обществе*». В публикациях того периода также отмечается тенденция ориентации развития республик на другие страны: Татарстан нацеливался «*на турецкую модель экономического развития*», Якутия мечтала о «*прорыве в мировое сообщество*» (поглядывая в сторону Японии, Великобритании, США), в Туве озвучивалась необходимость «*открытой политики в отношении мировой цивилизации*».

Сравнительный анализ газетных публикаций позволил увидеть, что при схожести многих общих для всех целей (например, построение единой демократической России, укрепление собственной национальной государственности и др.), у республик имелись **собственные стратегии**, которые были направлены в том числе и на укрепление своей республиканской общности, ее сплочение. Так, в Якутии идея консолидации населения связывалась главным образом с ее территорией и ресурсами. Но в местных СМИ в целом ориентация была все же на Россию: «*Мы, хотя и самостоятельны, но вместе с Россией*». В Татарстане акцент также делался на собственные ресурсы, но одновременно и на исторический фактор. При этом из материалов правительственных СМИ вырисовывалась идея: «*Татарстан развивается*

вместе с Россией и... отдельно». В Северной Осетии провозглашалась общественная ориентация на то, что *«Мы безоговорочно вместе с Россией»* со своими традиционно-нравственными стереотипами северных кавказцев. А в Туве информационный вектор того времени был несколько туманным, и идея, которая могла бы идеологически объединить население, в прессе просматривалась с трудом: *«Тува, хоть и вместе с Россией, но отдельно»*. Для русских людей в республиках подобные стратегии не всегда выглядели оптимистичными. Их этническая и гражданская (общегосударственная) идентичность в некоторых случаях вступали в противоречие с официальной теперь для них республиканской идентичностью.

Одновременно в прессе дискутировались идеи о роли русских, как *«скрепляющей страну нации»*, о выделении в стране *«республики для русских»*, с чем далеко не все были согласны.

Республиканскими СМИ того времени затрагивалось много проблем, важных для русского и титульного населения. Мы выделили публикации, красочно рассказывавшие о развитии *«освобожденной теперь от московского центра»* национально-культурной жизни, создании республиканских академий наук и вузов, переориентации школьного образования на «титульные» языки республик, переименовании городов и улиц. Все эти, нередко болезненные для общества преобразования (включая и религиозную сферу, о которой мы здесь не говорим, но она также была нами исследована) были очень чувствительными для русского национального сознания. Негативизация в СМИ общественно-психологического фона не могла не сказаться на самоощущениях русских жителей в обновлявшихся бывших автономиях России. Главный показатель – это их новые установки и жизненные стратегии: остаться и приспособиться к изменившимся условиям или уехать. Все газеты того периода писали об активной миграции русского населения из республик. Кстати, меньше других республик этот процесс затронул Татарстан. Такие миграционные тенденции комментировались в прессе в основном как нежелательные. Как показала жизнь, отток трудовых ресурсов, и особенно русских специалистов, стал беспокоящей проблемой для республиканских властей на многие годы вперед. Постепенно о русских в республиках пресса стала писать редко. Так, в Татарстане сами русские сожалели, что *«местных русских, национально мыслящих в Татарстане мало. Русской национальной элиты, к сожалению, нет»*. В Северной Осетии также отмечалось, что *«русские в республике теряют свою политическую и социальную активность»*. Ряд других газетных материалов того времени о *«непроснувшихся»* или *«заснувших»* русских также не вселяли уверенности в их самоощущение. Коллективная идентичность русских в каждой российской республике, судя по материалам прессы, несмотря на поддержку из Москвы некоторых национально-культурных сообществ, с начала 1990-х годов заметно ослабла.

Можно в очередной раз сделать вывод о заметном влиянии идеологической деятельности национально-республиканских элит и управляемых ими СМИ на формирование у населения взглядов, ориентаций и установок в межэтнических отношениях. Русское население находилось в тот период в обстановке скрытого (а порой и явного) дискомфорта и межэтнического противостояния с представителями «коренных» этносов, нередко специально регулируемого их элитами. Единые этно-идеологические цели и стратегии русских в республиках не были сформулированы,

что добавляло растерянности и беспокойности за свое будущее у немалой части российского населения. Ослабленное и размытое в таких условиях национальное самосознание русских в определенной степени помогало смягчать межэтническую напряженность, но это порождало и этническую неполноценность, ущемленность, неудовлетворенность, что тоже не способствовало смягчению накаленной общественной атмосферы. И это особенно важно, так как русскоязычные газеты, издающиеся в новых республиках России (как и другие каналы СМИ), это издания не только для русского и русскоязычного, но и для всего населения республик, с явным акцентом на жизнь, дела и интересы титульных национальностей.

Конечно, в то время многое в информационной деятельности (пропаганде), как и в самих межэтнических отношениях, еще не устоялось. Так, в прессе открыто (иногда косвенно) обсуждались вопросы приоритетов для «коренной» нации, рассматривались способы защиты ее культурного наследия, языка, демографии. Ставились и проблемы «возрождения» титульной нации, ее государственности, которая, как, например, у народа саха, *«уходит корнями в далекое прошлое»*, актуализировались вопросы государственной системы образования, которая *«должна быть ориентирована на титульную национальность и ее язык»*.

Наряду с определенным этническим разделением и обособлением внутри республик, пресса отражала и другую тенденцию, также поддерживаемую местными властями. Это укрепление объединяющего образа республиканского «**мы**». И здесь в очередной раз были использованы традиционные информационные приемы – употребление особой лексики и риторики, симбиоз идей и обобщенных образов «нас» без деления населения на этносы: *«Наши соотечественники!»*, *«Сыновья и дочери многонационального Татарстана!»* или: *«Якутяне! Наш народ! Все население республики! Созржаждане!»*; *«Земляки! Сыны и дочери многонационального народа Осети!»*. Идеологи использовали мобилизующую лексику, которая в данном контексте психологически объединяла всех жителей республики, независимо от национальности, формируя массовые представления об их общности, единстве, целостном образе «нас» – «мы должны..., нам необходимо..., наша задача..., наша политика». Населению республик давалась установка: «Мы – граждане нашей общей республики, мы вместе, у нас единые цели и задачи».

* * *

Таким образом, на основании сравнительного анализа большого эмпирического материала, распространяемого в российском информационном пространстве, были выявлены и рассмотрены некоторые общие и особенные тенденции в деятельности республиканских СМИ (на примере прессы) по «перестройке» массового этнического, регионального и общегосударственного сознания. В деятельности СМИ в каждом регионе активно участвовали этнореспубликанские идеологи, либо сдерживая с их помощью межэтническую напряженность, либо нагнетая ее своими материалами. Основными авторами в республиканских СМИ в тот период (как и сегодня) являлись представители республиканских элит – высшие административные чиновники и их окружение, научная и художественная интеллигенция, члены разных общественных объединений, нередко «новые деловые люди» и журналисты.

Все эти авторы хорошо представляли свои цели и интересы и, хотя порой были несколько разобщены, все же создавали, используя СМИ, новую систему этнополитических, этносоциальных и этнокультурных коллективных ценностей.

Анализ газетной информации показал, что в социальную память республиканских сообществ «сверху» внедрялись и поддерживались основные традиционные идеи и ценности: **родина** (республика, а затем – страна.); **народ** (титульный этнос, затем – все население республик); **власть** (нынешняя республиканская, а затем – федеральная). Публицистический акцент делался главным образом на «нас», «нашу республику», «наш народ». Эти традиционные ценности с помощью пропаганды и корректируемой коллективной народной памяти окружались другими многочисленными, условно временными ценностями – «нашими» историей, культурой, героями, мифами. Они сопровождались идеологемами, которые можно свести к нескольким универсальным положениям – сохранение и безопасность родины (республики), ее земель и недр, сохранение и благополучие народа, уважение властей. Приоритет своей республики в тот период выбора дальнейшего ее пути был в деятельности республиканской прессы несомненен. Все это помогло стабилизировать ситуацию в стране.

Приведенный выше большой эмпирический материал показал также и некоторые особенности использования в СМИ манипулятивных технологий (тенденциозность, повышенную эмоциональность, нагнетание страхов, разжигание обид и т.д.). Все это и многое другое активно применяется и в сфере формирования массового этнического и республиканского сознания.

¹ Эта глава написана по мотивам нескольких авторских статей. См.: Малькова 1993, 1996, 1997.

² «Тувинская правда» (ТП) – общественно-политическая газета на русском языке Республики Тыва.

³ «Якутия: республиканская общественно-политическая газета» на русском языке Республики Саха (Якутия).

ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНЫЕ ОБРАЗЫ ИЛИ ОСОБЕННОСТИ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ РОССИЙСКИХ РЕСПУБЛИК В ИНТЕРНЕТЕ¹

Изучение постсоветских трансформаций в регионах, составляющих нынешнюю Россию, – важная и актуальная задача для современной российской этнологии. Это относится к изменениям в разных сферах жизни – политической, социально-экономической, этнокультурной и других. Определенные изменения за последние годы произошли и в сфере идеологии. Канула в лету общегосударственная, а вернее, общепартийная линия, долгие годы указывавшая главные направления развития всем регионам страны, всем учреждениям и институтам и всем советским людям. И в первые постсоветские годы (после 1991 г.) не только бывшие властители дум на местах, но и многие обычные люди ощутили идеологическую пустоту, растерянность, неопределенность и как бы заброшенность со стороны государства. Вопросы: «Куда идем?», и «Что нас ждет впереди?», поиск новой, актуальной для этого этапа национальной идеи до сих пор волнуют россиян разных поколений.

Однако российские республики оказались в лучшем положении, чем остальные регионы и вся страна в целом. Выбирая новые направления своего развития, их элиты больше, чем общероссийские, опирались на этнонациональное сознание и этнические чувства населения республик, активнее использовали для общественной мобилизации идеи и ценности этничности и идеи своего этнореспубликанского суверенитета. Именно эти идеи, нередко трактуемые как «возрождение», ставшие во многом национальным знаменем и символом дальнейшего развития, объединяли в этот период население республик, в определенном смысле противопоставляли его федеральному центру, (якобы) покушавшемуся на суверенные права и ценности своих субъектов. Эти идеи отстаивания суверенитета и помогли республиканским политикам заполнить идеологическую нишу первых десятилетий постсоветской жизни, помогли на некоторое время увлечь и отвлечь свое население от идеи общей страны, порой даже идеологически обособить его на своей суверенной территории.

Прошло некоторое время. Новое состояние суверенных российских республик, поиск их места в постсоветской Российской Федерации и в мировом пространстве, выбор оптимальных направлений их суверенного развития – все это теперь по-новому осмысливается нынешними политическими, экономическими, научными и художественными элитами республик. Республиканские идеологи, сосредоточенные в последние десятилетия на укреплении и сохранении своей власти и своей реальной или желаемой независимости от федерального центра, на формировании массовых представлений о правильно выбранном ими пути республиканского развития, вынуждены теперь искать новые идеи, создавать новые этнорегиональные образы, формировать у населения новые взгляды и представления о своей республике, о ее состоянии и о стратегиях ее развития.

Для распространения новых представлений довольно интенсивно используются традиционные республиканские СМИ, издавна отражающие точку зрения и позиции руководящих элит своих республик. Но в последние десятилетия идеологи получили еще один канал влияния на массовое сознание – Интернет. В данной главе мы и обратимся к рассмотрению отражаемого в Интернете нынешнего самоощущения российских республик, их элит и их населения. Это самоощущение в значительной сте-

пени концентрируется в историко-культурных образах, которые целенаправленно создают и распространяют в массовом сознании современные республиканские элиты.

Конструирование образов и стереотипов, распространение идеологием и мифологием – одна из важных задач любого канала массовой информации. И хотя, по действующему российскому законодательству, Интернет не всегда признается пока средством массовой информации, этот канал оказался более чем способным проводить важные и серьезные пиар-кампании, формировать общественное мнение и влиять на представления простых людей о реальности. Теоретические дискуссии об общественных функциях Интернета не мешают видеть, что в последние десятилетия эта сеть очень широко распространилась по миру. И в России также зарегистрировано огромное число пользователей, для которых работа с Интернетом стала почти обыденной, а информация из этого источника необходимой. При этом в огромном виртуальном пространстве создаются и действуют как официальные сайты разных политических и общественных структур, так и неофициальные, авторами которых могут быть индивидуальные пользователи или определенные группы.

Разумеется, на этот источник теперь уже массовой информации (и в определенном смысле – инструмент влияния на общественное сознание) не могли не обратить внимание и современные политики, общественные деятели, бизнесмены, журналисты, деятели науки и культуры и другие фигуранты, разными способами организующие общественное пространство. Они также стали использовать Интернет как очень действенный, оперативный и гибкий канал для формирования определенных групповых и массовых представлений, для распространения актуальных для них идей, образов и стереотипов. Но кроме того, с появлением Интернета каждый субъект новой России получил еще одну прекрасную возможность представить в лучшем виде собственный образ своему населению, всей стране и всему миру и показать свои достижения, возможности и свой потенциал в разных областях жизни.

Отметим, что в последние годы созданию позитивного имиджа всей страны и образов отдельных ее регионов стало придаваться особое значение на самом высоком уровне. В немалой степени это было связано с периодом усиленной критики действий российских властей в 1990-е годы, особенно во второй их половине, когда российские СМИ не могли не замечать и публично (иногда с тревогой, но иногда и с сарказмом) не освещать бедственное состояние страны. Стереотипы России и россиян в отечественной прессе были в то время в большей степени негативными, чем позитивными (как, впрочем, и теперь). И власти были обеспокоены тем, *«что Россия выглядит в западных СМИ не так хорошо, как хотелось бы»* (М. Озерова. МК. 26.06.2001). С. Ястржембский, бывший в то время помощником президента страны, считал, что для исправления ситуации *«нужна система по созданию положительного имиджа страны»* (Там же). Однако его оппоненты, в первую очередь правозащитники, увидели в этом попытку *«выстроить прессу по ранжиру, под себя, по струночке»* (С. Ковалев. МК. 26.06.2001). Но, видимо, *«процесс уже пошел»*. И региональные власти также были озабочены далеко не всегда позитивным взглядом общественности и средств массовой информации на ту реальность, в которой живут люди.

По этому поводу, например, в Саха (Якутии) после показа по центральному телевидению фильма Е. Масюк об этой республике (в октябре 2000 г.), в местной прессе, которую мы исследовали, была масса возмущенных откликов. *«Простые люди»* и *«все жители республики»* с возмущением критиковали несправедливые, по их мнению, упреки в адрес их республики. После безуспешных поисков виновных –

«ответственных за имидж республики», решено было создать при республиканском правительстве специальную официальную структуру, отвечающую за создание «благоприятного имиджа Саха»². Спустя несколько лет, после многих обсуждений и консультаций с известными российскими имиджмейкерами и пиарщиками, а также другими специалистами, была принята «Концепция имиджевой политики Республики Саха (Якутия) на 2007–2011 годы». В ней были специально определены «стратегии и основные направления имиджевой политики, которая рассматривалась как механизм создания и продвижения для всех значимых аудиторий благоприятного образа Республики Саха (Якутия)»³.

Идея позитивной презентации своей республики, ее достижений и ее руководства реализуется и в других субъектах РФ. Как и в Якутии, «укрепление имиджа республики как российского региона с развитым информационным пространством и гражданским обществом, привлекательного для проживания, сотрудничества и инвестирования» является одним из важных направлений стратегического развития в Карелии⁴. А на Камчатке, где также в целях создания положительного имиджа утверждена региональная концепция имиджевой политики, ее авторы видят цель «в планомерном информировании населения Камчатского края, Российской Федерации, соотечественников из ближнего и дальнего зарубежья, жителей других стран об инвестиционной и туристической привлекательности нашего края, о товарах, произведенных на Камчатке, а также о других конкурентных возможностях и преимуществах, которыми богат полуостров»⁵.

С начала 2000-х годов в российском интернет-пространстве появились так называемые **официальные сайты** республик, которые и стали еще одним механизмом создания и распространения собственного позитивного образа (имиджа) своей республики, удобным и наглядным способом ее общественной презентации. На этих сайтах, наряду со справочной и оперативной информацией (текущие новости, хроника), как правило, представляется и другая, весьма обильная информация о республике – ее своеобразный многоликий портрет (образ, имидж, стереотип), составленный или сконструированный своими, местными идеологами – журналистами, политиками, представителями науки, культуры, чиновниками. Здесь сконцентрированы основные справочные сведения о республиках, даны комментарии и аналитические материалы об их прошлом и настоящем, различные обзорные и рекламные материалы...

Эти виртуальные портреты или образы, конструируемые заинтересованными идеологами, называют в разных случаях по-разному: географы, привязывающие их к пространству, называют «географическими», «историко-географическими»⁶, «геополитическими», «политико-географическими», историки – «современными», «историческими», «историко-культурными», психологи – этнопсихологическими образами (стереотипами), этнологи – «этнокультурными», «культурно-историческими» или просто образами этносов, народов, республик, стран. Научное рассмотрение подобной информации, ее структурирование, обобщение и сравнительный анализ – это на сегодняшний день одно из важных исследовательских направлений. А сравнительное изучение многоаспектных образов российских регионов, создаваемых и представляемых обществу их руководством и их официальными идеологами, – это еще один важный способ познания. Он помогает увидеть не только пропагандистские стороны этих процессов, но и отраженную в них (хоть и схематично) культур-

но-историческую реальность современных российских регионов, нередко в той или иной степени этнически окрашенную.

«Образ» – понятие очень многозначное, как и сами теории создания образов, которые порой неразрывно связывают с теориями восприятия (Зоткин 2002). Например, для лучшего восприятия сконструированной информации разрабатываются методы формирования так называемых «систем опорных образов» (Козаренко 2004), выявление хранящихся в подсознании «эталонных образов» (Леонтьев 2006) и т.п.

Образы изучают этнологи, историки, психологи, географы, филологи, культурологи, богословы, имиджмейкеры и другие. И определений этого феномена немало. В основном они сводятся к тому, что образ – это определенная форма обобщенного отражения, описания объекта или явления. Это и схематичные утверждения, и представления о самом объекте, в том числе – о людях, регионах, странах. Образные конструкции неполны, ситуативны и далеко не всегда объективны. Но с помощью образов (стереотипов) можно манипулировать массовым и индивидуальным сознанием – «расширять» или «сужать» представления людей об объекте, акцентировать позитивные или негативные его характеристики, можно влиять и на взаимоотношения объектов, в том числе в межгосударственной и межэтнической сферах, на укрепление мира или на разжигание напряженности в обществе. В определенном смысле, это навязываемая потребителю информация (Малькова, Тишков 2002: 107; Тишков 2003: 109). Поэтому нельзя не согласиться, пожалуй, с уже устоявшимся мнением, что образы и стереотипы отражают не столько саму реальность, сколько общественную атмосферу в конкретный период и в конкретной ситуации (Маликова 1997: 56).

Например, географы, разрабатывающие проблемы образов (образы места, образы пространства), опираясь в том числе и на труды зарубежных классиков, видят это по-своему⁷. Они неразрывно связывают образы культуры, ментальности, образы бизнеса и т.п. с географическим пространством. Они уверены, что, например, политическую организацию, пространство политической власти невозможно оторвать от собственно географического пространства, в котором они сформированы (Замятин 2002). Исследователи-географы также полагают, что географическое пространство, иначе – пространство образов, «можно разворачивать, сворачивать, искривлять в виртуальном поле вполне сознательно, с целью получения его определенных свойств и эффектов» (Там же). Таким образом, и географическое пространство, становясь своим собственным образом, может быть средством или орудием манипуляции. С тем, что создаваемые образы могут стать и являются инструментом манипуляции сознанием, сомнений не возникает ни у кого.

Но современные исследователи изучают не только структуру образов и механизмы их формирования и восприятия. Они также рассматривают и различия между такими близкими понятиями как образ, имидж и репутация. Например, психолог Дм. Леонтьев называет имиджем впечатление, которое конструируется целенаправленно и сознательно, а образом – то, которое формируется спонтанно. Хотя, пишет он, образ тоже можно конструировать специально, и тогда он становится имиджем. Функции имиджа, по Леонтьеву, – узнаваемость и благоприятное впечатление. Имидж выделяет его носителя из массы других. И образ тоже должен вызывать положительные эмоции, обеспечивать узнаваемость, быть отличным от других, индивидуальным (Леонтьев 2006). Рассмотрение данной информации, ее структурирование, обобщение и сравнительный анализ – это на сегодняшний день одно из важных

исследовательских направлений. Сравнение многоаспектных образов российских республик, создаваемых и представляемых обществу их руководством и их официальными идеологами в интернет-пространстве – это еще один известный способ научного познания (компаративизм), помогающий поиску новой важной информации. Сравнительный анализ материалов, представляющих российские республики в Интернете, может дать новые знания об идеологических и политических процессах в республиках, выявить акцентируемые этнореспубликанскими идеологами историко-культурные ценности, позволит увидеть стратегии этнореспубликанских элит, важные тенденции и явления в нынешней жизни российских республик. Следует подчеркнуть, что исследование информации официальных сайтов российских республик фиксирует как бы два слоя – презентацию (условно говоря, пропаганду) позитивного этнокультурного и этнополитического образа республики, ее элит, ее народа и результатов ее развития, а также – реальность, которую здесь далеко не всегда видно, но она все же содержится, хотя и прячется в подтексте этой информации. Поэтому речь идет и о возможности выявления официальных идеологических представлений об этой реальности.

* * *

Поскольку речь пойдет о самопрезентации республик в Интернете, рассмотрим подробнее – что же такое презентация? В обобщенном виде презентация любого объекта трактуется аналитиками как демонстрация себя и своей деятельности для привлечения общественного внимания, для публичного заявления о своей позиции, для повышения своего статуса, для расширения контактов с партнерами. Иными словами, презентация – это способ извлечь разнообразную пользу из этого действия. Условно говоря, это «коммуникация для активизации коммуникаций».

Обращаясь к нашему исследованию информации официальных республиканских сайтов, вернее, историко-культурных образов, создаваемых в нынешних российских республиках, можно еще раз подчеркнуть, что презентация, а в нашем случае самопрезентация (поскольку сами республики, устами своих интернет-авторов представляют себя), – это возможность (и задача для местных идеологов) отобрать, тщательно подготовить и представить аудитории многоликий позитивный образ своего края, т.е. наиболее важную и привлекательную информацию о своей республике, о ее достижениях и о стратегиях на будущее. А цель этого процесса не только реклама своей республики для привлечения инвесторов, для повышения узнаваемости и важности ее имиджа в общественном сознании, это еще и возможность заявить о своей этнополитической позиции, распространить некоторые значимые для республиканских элит идеи, воздействовать на общественные представления о своем крае и о его возможностях. Это и стремление выделиться среди других, представить свою уникальность, подать себя в выгодном свете. И это почти всегда – положительная самооценка, стремление к социальному одобрению своих действий и своего состояния⁸.

Так, в Республике Саха, в уже упомянутой выше Концепции имиджевой политики, были четко определены все значимые аудитории, на которые должна быть нацелена информационная деятельность. Это «население республики, население РФ в целом, федеральная политическая элита, бизнес-сообщества, иностранные инвесторы, международные организации и зарубежная общественность». Авторы Концепции видят цель в «создании привлекательного образа своей республики как еди-

ной государственной корпорации и одного из перспективных, активно развивающихся субъектов РФ со своеобразным культурно-историческим типом цивилизации, особыми географическими и природно-климатическими условиями». В Концепции неоднократно, в разных формах повторяется задача позиционирования Якутии как динамично развивающегося региона, а лидеров республики – как ведущих региональных руководителей и политиков. Эта политика «создания своего позитивного образа направлена на развитие въездного туризма, на формирование у жителей республики патриотических чувств по отношению к малой родине, на эффективное рекламно-информационное и PR-сопровождение знаковых мероприятий российского и международного уровня»⁹.

Говоря о российских республиках, создающих свои современные историко-культурные образы и представляющих себя на своих официальных сайтах, и опираясь на теоретическую трактовку понятия «презентация», обратимся к рассмотрению его практических форм. Предварительно выделим ряд основных ракурсов анализа интернет-информации об историко-культурных образах российских регионов. При этом важно еще раз подчеркнуть, что, представляя определенную информацию республиканской и российской общественности, а порой – и всему миру, республиканские политики, идеологи, чиновники, журналисты, ученые и другие авторы специально и тщательно ее подготавливают.

Ракурсов рассмотрения имиджа республик на их официальных сайтах может быть много, и они открываются в процессе самого анализа информации. Но для начала мы считали важным увидеть:

- какой образ своей республики (успешный и самодостаточный или недостаточный и обездоленный, зависимый и дотационный) и какие мифы и идеи, связанные с этим образом, представлены на ее официальном сайте;
- чем, по представлениям авторов сайта, живет и гордится народ республики в первом десятилетии нового века, какие основные республиканские (и федеральные) ценности акцентируются местными идеологами на официальных сайтах своих республик;
- какое место занимают в виртуальных образах республик этнические и республиканские культурно-исторические ценности (история, материальная и духовная культура...);
- какие стратегии развития своих регионов в ближайшем будущем видят и предлагают населению их лидеры;
- как местные элиты видят свои отношения с федеральным центром, и какое место в общественном пространстве России занимает, по мнению идеологов, их республика;
- какой тип информации наиболее популярен у республиканских идеологов в нынешний период – **презентационный** (идеи: «мы – российская республика, часть страны», «мы вот такие», «мы делаем и добываем...», «у нас есть...», «мы ориентированы на ...») или **рекламный тип информации** («мы можем дать, продать, обменять», «у нас можно выгодно получить», «с нами можно сотрудничать»).

Понятно, что для анализа информации исследуемых сайтов важно не просто выяснить факты из жизни республик. Ведь их описание можно найти в иной научной или справочной литературе. И более того, здесь важно увидеть не столько мнения чиновников, журналистов или других деятелей, сколько интерпретацию определенных фактов и тенденций представителями элитарных кругов республик. При

сравнительном анализе информации сайтов, кроме выявления общих тенденций и особенностей представления республик российской и мировой общественности, важно выявить и основные идеи, которые не всегда четко, но все же содержатся и распространяются через этот канал.

Источниками для данного исследования послужили официальные интернет-ресурсы республик. Заметим, что в разных российских республиках они называются по-разному:

- «Официальный интернет-портал» (Республика Алтай, Республика Хакасия)
- «Официальный интернет-сайт» (Республика Адыгея, Республика Ингушетия)
- «Портал органов государственной власти» (Республика Хакасия)
- «Официальный сервер органов государственной власти (Республика Бурятия, Республика Карелия, Республика Мордовия)
- «Официальный сервер» (Республика Коми, Республика Татарстан, Республика Саха /Якутия/)
- «Официальный сайт Государственного Собрания» (Республика Марий Эл)
- «Официальный сайт Главы Республики Северная Осетия – Алания»
- «Сайт президента республики (Республика Дагестан, Кабардино-Балкарская Республика)
- «Официальный сайт правительства республики» (Республика Тыва)
- «Информационный портал» (Республика Башкортостан)
- «Официальное представительство» (Удмуртская Республика)
- «Президент и Правительство Чеченской Республики»
- «Сервер Администрации Президента» (Чувашская Республика).

Отметим, что практически во всех республиках России в 2008 г. работают такие официальные информационные интернет-каналы, где тщательно и целенаправленно (а в редких случаях менее тщательно и менее ответственно) подобрана информация, представляющая общественности этот субъект РФ. Мы обращаем внимание читателей на то, что в данной работе при цитировании некоторой информации с сайта конкретной республики, мы называем республику и текст выделяем курсивом, но при этом на сайт уже не ссылаемся (это само собой разумеется).

***Официальные республиканские электронные ресурсы
(интернет-сайты и интернет-порталы), использованные в работе:***

Республика Адыгея	http://www.adygheya.ru
Республика Алтай	http://www.altai-republic.com
Республика Башкортостан	http://www.bashkortostan.ru
Республика Бурятия	http://www.egov.-buriatia.ru
Республика Дагестан	http://www.e-dag.ru
Республика Ингушетия	http://www.ingushetia.ru
Кабардино-Балкарская республика	http://www.president-kbr.ru
Республика Калмыкия	http://www.kalm.region.ru; http://www.kalmportal.ru
Карачаево-Черкесская республика	http://www.kchr.info
Республика Карелия	http://www.karelia.ru

Республика Коми	http://www.rkomi.ru
Республика Марий Эл	http://www.gov.mari.ru
Республика Мордовия	http://www.e-mordovia.ru
Республика Саха (Якутия)	http://www.sakha.gov.ru
Республика Северная Осетия – Алания	http://www.rso-a.ru
Республика Татарстан	http://www.tatar.ru
Республика Тува	http://www.gov.tuva.ru
Удмуртская Республика	http://www.udmurt.ru
Республика Хакасия	http://www.rhlider.ru
Чеченская Республика	http://www.chechnya.gov.ru
Чувашская Республика – Чувашия	http://www.cap.ru

Даже простое знакомство с официальными сайтами республик превращает это занятие в своеобразное путешествие, дает виртуальную возможность побывать в конкретной республике, многое узнать о ней и о ее жизни. Поэтому одним из способов привлечения внимания к сайту, естественно, кроме содержания, является оформление его главной страницы: ее цветовой фон, иллюстрирование и меню или содержание рубрик. На главной странице, как правило, выделено окошко – своеобразная «шапка сайта», в которой представлены основные государственные атрибуты и символы республики: флаг, герб, иногда конституция (ее титульный лист), временами даже демонстрируются награды республики (например, диплом на сайте Дагестана). Государственные символы – это одна из важнейших составляющих образов постсоветских российских республик. И поэтому на главных страницах сайтов основные государственные символы соседствуют с надписями – официальными названиями сайтов или порталов республик. В некоторых случаях главные страницы или «шапки» официальных сайтов окрашены в символические цвета: зеленый – на сайтах Татарстана и Ингушетии; голубой – на сайтах Республики Алтай, Башкирии, Дагестана, Кабардино-Балкарии, Коми, Мордовии, Саха, Тувы; желтый – на сайтах Калмыкии и Марий Эл. Флаг и герб (иногда только один герб) представлены практически везде, но в отдельных случаях на главных страницах некоторых сайтов наряду с республиканскими помещены и государственные символы страны – герб и флаг Российской Федерации (Бурятия и др.). Подробно об этом будет сказано ниже. Нередко в «шапке» помещены изображения главных правительственных зданий республик (Дагестан, Марий Эл, Мордовия, Кабардино-Балкария и Карачаево-Черкесия), даны схематические карты республик или их фрагменты (Башкортостан, Коми, Северная Осетия, Якутия, Тува, Удмуртия и др.). Вообще, карты республики представлены у многих субъектов (но не у всех), и они порой размещены не на главной странице, а в соответствующих рубриках («география», «территория» и др.). В шапках нескольких сайтов видны символические фигуры: женщины-матери в национальном костюме (Бурятия) или богатырей (Адыгея). Фрагментами многих главных страниц сайтов являются и прекрасные фотографии местной природы – реки, озера, леса, горы, степи (Республика Алтай, Адыгея, Бурятия, Дагестан, Кабардино-Балкария, Калмыкия, Карачаево-Черкесия, Марий Эл, Якутия).

Заметим, что рубрики (содержание) сайтов неодинаковы, но основные их темы все же частично представляют географию и природные условия региона, рассказы-

вают о населении республики, ее экономике, культуре и о других областях жизни. Часть информации на этих сайтах постоянна, а другая часть время от времени меняется. Мы собирали первичный материал на республиканских сайтах в октябре – ноябре 2008 г.

Как оказалось, в каждой республике авторы публикаций, размещенных на этих сайтах, видят свои задачи неодинаково. Одни создают образы и направляют информацию действительно на массовую аудиторию, показывая достоинства и достижения своей республики и стараясь привлечь к ней широкое внимание, в том числе и инвесторов. На таких сайтах материал представлен и по форме, и по содержанию броско, популярно и доходчиво, с использованием яркой лексики, красивых фотоматериалов (Татарстан, Башкортостан, Карелия, Тува и др.). В других случаях читатели видят только лаконичную справочную информацию, которая сопровождается отсылками на иные интернет-ресурсы (обычно даются названия документов, которые «зашипованы», то есть полускрыты, и требуют дополнительных усилий пользователей (сайты Якутии, Коми и некоторых других). В этих, не с первого раза доступных материалах (справках, таблицах, непривлекательных для беглого знакомства отчетах и списках) представлены сухие и далеко не всегда свежие показатели развития республиканской экономики, здравоохранения, образования, науки и культуры. Такую информацию могут освоить только аналитики, специально интересующиеся данными вопросами, но для популяризации жизни республики среди обычных людей она вряд ли дает что-то существенное.

Образы республик, представленные на официальных сайтах, складываются из информации о многих их характеристиках. Как правило, это рассказ о географическом положении регионов, об их природных ресурсах, об историческом прошлом и о современном состоянии – о государственных органах и властных структурах республик, об их взаимоотношениях с федеральным центром, о стратегиях развития республик в будущем. Это и информация о населении, об этнической и республиканской культуре, о государственной символике, во многом основанной на этничности «коренного» населения. И, конечно, одна из важных сторон каждого образа – это информация о ценностях и достижениях, которыми гордится конкретная республика и ее народ. Довольно трудно было авторам сайтов создать и представить обществу многогранный и почти беспроblemный в этом пространстве целостный историко-культурный образ своей республики. Но еще труднее оказалось в одной аналитической работе обобщить такой большой объем разнообразной информации, размещенной на республиканских сайтах, структурировать ее по темам, выделить акценты и провести ее сравнительный анализ. Поэтому, учитывая все эти трудности, в данной работе мы лишь фрагментарно рассмотрим и сравним многие стороны очень емких и целостных образов республик.

Использование природного фактора для формирования этнореспубликанской идентичности

Огромное значение природной среды для развития культуры, национального характера, религиозных верований людей, а также для экономической и политической жизни регионов уже ни у кого не вызывает сомнений. И для этнологов этот факт также уже давно представляется бесспорным, хотя и небылоговорочным¹⁰. Поэтому окружающая природа во всем ее многообразии и коллективные представления о ней – это важнейшая ценность любого территориального сообщества, а тем

более республики или государства. В данном разделе мы попытаемся рассмотреть не просто природно-географические образы республик, создаваемые местными идеологами, а социально-культурное значение этих образов, взаимосвязь природных и социальных компонентов в них. Иными словами, попытаемся проследить, как природный фактор используется нынешними идеологами для формирования общественных представлений о культурном пространстве своей республики. Важно увидеть и то, как конкретная пространственная среда – одна из важнейших ценностей для жителей любых сообществ, включая и этнореспубликанские, становится особенно значимой в разных этнокультурных, экономических и политических проектах элит и используется для локализации массового сознания.

Важно подчеркнуть, что этнополитический проект – локализация массового сознания (иначе регионализация массового сознания) в постсоветские годы направленно и довольно последовательно осуществляется местными властями, в том числе с помощью пропаганды, опирающейся на этнореспубликанские ценности. Этот процесс, начавшийся еще в последние годы советской власти, хорошо просматривается, в частности, при научном анализе информации республиканских СМИ (Малькова 1991, 1997). А в последние годы, как оказалось, республиканские элиты стали осуществлять его и в интернет-пространстве, на своих официальных сайтах.

Известно, что этническое сознание опирается на многие значимые явления – на историю своего народа, его памятники, культуру, на подвиги его героев и т.д. И образы географического пространства, в том числе окружающая природа с ее отличительными чертами, также занимают в этом ряду очень важное место. Природный фактор существенен для всех этнических групп, которые, издавна проживая на определенной территории, поэтизируют и отражают окружающий их природный мир в фольклорном и профессиональном искусстве, но главное – используют материальные ресурсы конкретной территории, приспособливают ее к своему образу жизни и сами приспособляются к ней. Ландшафт и ресурсы пространства обусловливали многое в историко-культурной эволюции человеческих сообществ. И это хорошо исследовано учеными, хотя особенно переоценивать этот фактор географического детерминизма не всегда справедливо (Тишков 2003: 286–289).

Актуальная вставка или забываемые уроки прошлого¹¹

Рассматривая проблему взаимодействия природной среды и социальной составляющей, нам кажется немаловажным проследить этот процесс в динамике. Мы хотим напомнить здесь ситуацию, возникшую в стране перед распадом Советского Союза (конец 80-х годов XX века), и деятельность республиканских идеологов того времени. В этот период нами был проведен контент-анализ республиканской (союзной) прессы, направленный на изучение этнокультурных образов республик, в том числе и на идеологическое использование таких понятий как «наша земля», «наша территория», «наша национальная родина».

Тема национально-республиканской территории, ее ландшафта, ее природы всегда была важным поводом для формирования национальных чувств и национального патриотизма жителей республик. В спокойной, пропагандистско-блаженной атмосфере 70-х годов советские идеологи-пропагандисты с умилением воспевали красоту природных уголков своих республик. Фотографии и рисунки под рубриками «Края родные» (грузинская «Заря Востока»), «Пейзажи родного края» в узбекской «Правде Востока», «Любимая Россия» в «Советской России» и др. ил-

люстрировали красивейшие уголки «своей» земли, а также виды столиц и других городов республик с новыми домами, школами, больницами. Подписи под иллюстрациями еще раз подчеркивали, как хорошеет облик республики за годы советской власти: «Новый Ташкент» («Правда Востока»), «Тбилиси сегодня» («Заря Востока»). В середине 70-х годов грузинская и узбекская газеты обращались к теме «своей родины» в среднем в каждом втором номере (1975 год). «Советская Россия» по многим причинам делала это гораздо реже. И тем не менее неоднократные упоминания в публикациях знакомых читателям с детства названий рек, озер, гор, как бы символов «своего этнического дома», «своей этнической родины», способствовали формированию этнореспубликанского образа «мы», эмоционально скрепляли его... Газетно-пропагандистская родина доперестроечных 70-х – начала 80-х годов представлялась в юбилейных, да и обычных публикациях как «расцветающая и хорошеющая» год от года, а «наша территория» (земля) – как составная часть великого Советского Союза.

Однако во второй половине 80-х годов, с ростом массового этнического сознания, привычное и спокойное отношение к своей республиканской территории заметно изменилось. В прессе 1988 года мы фиксируем уже другой взгляд населения на свою территорию. С приходом гласности люди увидели и с помощью прессы осознали беды своей земли. Оказывается, пропагандистско-богатые, расцветавшие в праздничных речах и лозунгах республики – национальные территории, «бездумно застраивались различными промышленными предприятиями, земли оказались засоренными гербицидами и пестицидами, реки и водоемы осушены, а оставшиеся отравлены промышленными сливами или засыхают; во многих местах строятся непродуманные каналы, вода и деньги из которых в прямом смысле уходят в песок; леса чахнут, гибнут, вырубаются; национальные природные ресурсы безвозмездно вывозятся в другие края»... Народы очнулись... И ужаснулись. Теперь, во времена гласности, они могли говорить об этом вслух, сначала робко, а затем все более активно протестовать против осквернения СВОЕЙ ЗЕМЛИ.

И в прессе республик 1988–1989 гг. тема национальной территории приобрела уже другой аспект. Журналисты и местные идеологи (включая политиков) стали в авангарде многих протестных выступлений с лозунгом: «Наша земля в экологической опасности!». Именно с этого – с экологии, с тревоги за состояние своей республиканско-этнической территории, как известно, в ряде республик начали в то время возникать экологические объединения (Эстония, Армения, частично Россия, Узбекистан и др.). Разработка эстонских апатитов, строительство Армянской АЭС, беды Аральского моря, испорченная гербицидами земля Узбекистана, спасение Байкала, Волги, других водоемов... – все это в начавшийся период гласности стало еще одним импульсом для развивающихся национально-политических движений.

Возможно, проблемы экологии не так волновали бы чувства людей, не приобрели бы такую остроту, если бы не яркие и страстные выступления республиканских СМИ и примкнувших к ним этнореспубликанских элит. Тревога за чистоту и сохранность своей территории, на которой издавна живет и будет дальше жить основное этническое ядро, ощущалась в этот период (1988–1989 гг.) практически в каждой официальной республиканской газете. И лексический, и фактологический материал об экологической обстановке в своем регионе, публиковавшийся газетами, обнажил таким образом еще одну грань неблагоприятного развития практически каждого этноса и всего республиканского сообщества, что обоснованно повысило беспокойство народов за судьбы своей территории, своей земли. Так в образе регионов, составлявших единую страну, появляется еще один, тревожащий нацио-

нальное сознание фактор – «Наша земля в опасности!». (Возможно, это один из важных маркеров социально-политической нестабильности страны на все времена). И это стало идеей, с одной стороны скрепляющей коллективное сознание и само республиканское сообщество – «МЫ», а с другой стороны, идеей, разделяющей и противопоставляющей это сообщество большой стране, обвиняющей ее как виновника «наших» бед и тревог...

Нельзя не обратить внимание на лексику, сопровождавшую в те времена материалы об экологических бедствиях своей национальной территории: «Черное море: время бить тревогу!», «Варварское загрязнение» («Заря Востока». 1988, 24 июня), «Аджаметский заповедник: кто о нем позаботится?» (Там же. 21 июня), «Жалобная книга природы», «Кислородное голодание», «Глоток чистой воды» («Правда Востока». 15 августа), «Река Заравшан в опасности!»... В этой публикации говорилось, вернее, кричалось: «Заравшан у нас только один! Второго нет и не будет! Пора это понять! Пора защитить Заравшан, если мы не хотим получить второе Аральское море!» («Правда Востока». 1989, 7 мая) ... Но постепенно проблемы территориальной экологии... приобретают не только экономический, культурно-психологический, но и территориально-политический аспект, ярко окрашенный этничностью титульных народов республик. Возможно, и потому что внимание к проблеме уже привлечено, и экологические вопросы кое-где уже частично стали решаться (прекращена разработка эстонских апатитов, остановлено строительство Армянской и Крымской АЭС, многочисленные комиссии и общественность занялись проблемами Арала...), эта кампания в республиканских СМИ под лозунгом «Защитим родную землю!», вполне допустимо, инициированная и извне, постепенно сошла на нет. Однако общественная значимость региональных экологических движений 1987–1989 гг., перед распадом Союза, сыграла свою заметную роль в сплочении жителей республик, в укреплении их этнореспубликанского единства и общности.

Ценность национальной родины («нашей» национальной территории) к началу 90-х годов активно актуализировалась идеологами и заняла с их помощью одно из ведущих мест в общественном сознании. Народы республик в лице их политических элит и журналистов потребовали от союзных властей уважения к СВОЕЙ земле, к СВОЕЙ этнической территории, к СВОЕЙ национальной родине. «Своя земля» – это то, что объединяет народ и дорого ему всегда. Понятие «большой» родины – страны воспринимается многими людьми, знающими о ней только понаслышке, в основном из СМИ, абстрактно. Но СВОЯ этническая родина, не столь большая, но знакомая и близкая территория, и она не может и не должна страдать, не может исчезнуть никогда, потому что она – часть «нас». Вот почему именно в этот период в газетах сообщается о том, что в республиках появляются документы, законодательно объявляющие территорию республик, землю, воду и недра собственностью республик (в Грузии – «Заря Востока» – 1989, 2 декабря; в России – требования Блока демократических организаций России – «Советская Россия», 30 декабря; в Узбекистане – Платформа КП Узбекистана к своему съезду), а в 1990 г. – известные декларации о суверенитете своих республик.

Таким образом, тревога за свою «национальную» землю, за «свою этническую территорию», проблема ее сохранности, рационального использования и беспроblemной передачи своим потомкам, отчетливо прослеживалась в прессе периода активной перестройки. Эта проблема спасения и сохранения СВОЕЙ земли, актуализированная политиками и идеологами как составляющая идеи спасения своего этноса и народа республики, была активно использована и в борьбе за власть, при-

ведшую к распаду страны. За короткий срок идея защиты республиканской природной среды эволюционировала с помощью идеологов, политиков и журналистов от красот природы к проблемам экологии, а от них – к политической и экономической самостоятельности бывших союзных республик и народов.

* * *

Обращаясь к нашим дням и историко-культурным образам современных российских республик, создаваемым их нынешними этнореспубликанскими элитами, отметим, что территория республик и вся природная среда, в которой живет народ, это и сегодня – важнейшая его национальная ценность. Однако необходимо подчеркнуть, что природный мир – земля и вся природная среда республик важны, ценны и интересны не только для одного титульного этноса, но и для всего республиканского полиэтничного населения. И современные идеологи, конструирующие уже в 2000-х годах историко-культурные и историко-политические образы российских республик, конечно же, осознают это. Поэтому официальные республиканские идеологии должны быть направлены не только на поддержание в общественном сознании идеи «природа и наш этнос», но и идеи «природа и наше (полиэтническое) население». И сегодня, также как и раньше, образы российских республик, создаваемые и представляемые этнореспубликанскими элитами на официальных интернет-сайтах, – важная основа региональных, местных или локальных идентичностей. Эти образы, создаваемые «изнутри», самими жителями регионов (или их представителями), как бы обозначают внутреннее видение регионального пространства (Замятин 2006: 100). Образы республик, связанные с природной средой, обычно складываются или формируются из информации о географическом положении региона, о естественной среде обитания, из рассказов о многих природных особенностях территории. Важно и интересно проследить, как республиканские идеологи, конструирующие в наши дни относительно спокойного развития страны целостный облик своей республики и официально представляющие ее в интернет-пространстве, используют феномен природы для формирования и локализации общественного сознания.

Географическое положение республики и ее природные условия – один из наиболее значимых факторов ее существования и развития. А в интернет-пространстве – это одна из наиболее ярких и существенных граней образа республики и ее презентации для широкой общественности. Рассмотренные нами материалы официальных сайтов 21 российской республики показывают, что все нынешние российские республики, судя по представленным здесь текстам, вполне довольны своим географическим положением и положительно его оценивают. В большинстве случаев, рассказывая о нем, авторы интернет-публикаций с гордостью подчеркивают его особенности, нередко выдавая их за конкурентные преимущества. *«Наша республика, – пишут авторы о Татарстане, – расположена в центре крупного индустриального района РФ, на пересечении важнейших магистралей, соединяющих восток и запад, север и юг страны».* *«Республика Адыгея расположена в центральной части Северо-Западного Кавказа. Географическое положение Адыгеи весьма удобно. Оно обеспечивает благоприятные условия для ее хозяйственного развития»*... Своим месторасположением гордятся Чувашская Республика, которая располагается в центре европейской части России, и Республика Мордовия, расположенная в центральной части Восточно-Европейской равнины, в междуречье Оки и Суры. Она *«входит в хорошо освоенную, плотно заселенную зону РФ, и по ее тер-*

ритории проходят важнейшие железнодорожные, трубопроводные и автомобильные магистрали». Идеологи Удмуртии также подчеркивают, что именно «благодаря своему выгодному геополитическому положению, в XX веке Удмуртия превратилась в крупный центр военно-промышленного комплекса СССР и России».

На некоторых сайтах, на главной странице представлены схематические географические карты республики, иногда с указанием своей столицы, городов и районов (сайты Марий Эл, Татарстана, Чувашии, Тувы и др.). Карты одних субъектов представлены в пространстве России, другие – на пространстве Европы (например, Карелия), третьи – сами по себе, как бы в воздушном пространстве (Хакасия и др.). Яркие фотографии, нередко сопровождающие информацию, дают визуальное представление о красивейших природных уголках республик. Но кроме иллюстраций и географических карт, некоторые республики обозначают свое место в пространстве страны, кратко упоминая о своих ближайших географических соседях (Дагестан, Тува, Хакасия и др.).

Территория республики – это основная и важнейшая ее материальная ценность, среда для жизни и развития человеческих сообществ. Но территория – это еще и историческая, психологическая и этнокультурная коллективная ценность народов, проживающих здесь. В течение многих поколений эти люди и их предки осваивали и обживали эту землю, и она стала для них родной, «своей», «нашей». Именно так и представляют ее населению и всему миру российские республиканские идеологи. Но для местных элит территория – это еще и **пространство их политической власти**. Исследователи замечают, что «рынок власти в государстве – это, прежде всего, оформленная границами территория с людскими и материальными условиями» (Тишков 1995: 157)¹². И с этим нельзя не согласиться. Действительно, административная территория – это пространство власти определенных групп и элит, сложившихся здесь или присланных извне, и представители местной власти вершат ее именно на этой территории, и именно здесь они по-своему используют и свои властные ресурсы.

Но территория – это еще и пространство многих других этнорегиональных явлений. Это пространство формирования и сохранения этнических и этнорегиональных идентичностей, ведь осознание себя татарстанцами, якутянами, москвичами или питерцами, да и россиянами, в немалой степени определяется территориальными рамками. Идея «мы – земляки», закрепленная в коллективном сознании местных жителей по факту (и в некоторой степени с помощью пропаганды), связывается именно с конкретной территорией. Отсюда и радость при встрече «своих», земляков за пределами территории, особое внимание к «своим» и их делам, земляческая поддержка и взаимопомощь. Но кроме пространства власти и пространства этнорегиональной идентичности, территория является и **пространством особой местной истории и культуры** (как духовной, так и материальной), особого местного менталитета, мифологии, фольклора, а иногда и особого образа жизни. «Здесь так принято», «в наших краях издавна так ведется», «у нас свои порядки», «в чужой монастырь со своим уставом не ходят». Все эти присказки и поговорки отражают факт, что в определенном пространстве издавна складывается свой, немного отличный от других образ жизни, свои привычки, свой взгляд на вещи и на события. Конечно, границы таких локальных пространств очень размыты и пересекаются с другими, но они живут в коллективном, групповом сознании и нередко специально, прямо

или косвенно поддерживаются и закрепляются в общественном сознании заинтересованными в их сохранении местными элитами.

В том числе и поэтому, еще в начале 90-х годов прошлого века, в процессе «борьбы» за свой суверенитет, российские республики в первую очередь активно уточняли и закрепляли свои границы. В то время было немало публичных споров о том, кто главный «владелец» определенной территории и ее природных ресурсов (как и суверенитета республики) – представители этноса, давшего название республике, все ее многонациональное население или вся страна? Это очень наглядно, а порой и драматично, отражалось в исследованной нами республиканской российской периодике того времени (Малькова 1993, 1994). Возможно, и поэтому в Российской Конституции 1993 г. было записано: «Ни одна из этнических групп не может обладать исключительным правом контроля над территорией, политическими институтами и ресурсами»¹³.

Таким образом, одним из способов закрепления границ в первой половине 1990-х были (и сегодня остаются) официальные, публично представленные и широко тиражируемые географические карты республик с более или менее четко фиксированными на них границами. И в наши дни, практически на всех официальных сайтах, территория республики с некоторыми ее количественными параметрами представляется как постоянное и статичное пространство, как ее незыблемая и **неприкосновенная ценность**. «Площадь Удмуртии – 0,25% общей площади РФ»; «Республика Дагестан, входящая в состав Российской Федерации, расположена на Северном Кавказе и является приграничной частью юга России. Она граничит по суше и Каспийскому морю с пятью государствами... По размерам территории (50,3 тыс. кв. км) и численности населения (2,1 млн человек) Дагестан – это самая крупная республика на Северном Кавказе»; «Республика Алтай – это “Российский Тибет” в центре Евразии, на стыке нескольких государств, природных зон и культурных миров. По ее территории проходит государственная граница Российской Федерации со странами дальнего зарубежья»; «А в Хакасии, – замечают авторы текста, – территория сравнительно небольшая (61,9 тыс. кв. км)»... Таким образом, территория каждой республики, как ее важнейшая ценность, в очередной раз официально и публично фиксируется теперь уже в Интернете.

Своеобразным и интересным штрихом в утверждении местоположения и границ своей республики является и упоминание на многих сайтах о **расстоянии** между республиканской и общероссийской столицами: от марийской столицы до Москвы 862 км, от чувашской – 630 км, от мордовской – 642 км ... Месторасположение «нас» по отношению к другим географическим объектам рассматривалось в научной литературе неоднократно. Например, Н. Замятина, упоминавшая этот же сюжет на примере областей России, видит здесь некоторый парадокс. Она считает, что, поскольку Москва в данном случае не является для большинства областных центров ближайшим крупным городом, то есть не является «функционально важным центральным местом», она не может служить для многих городов ориентиром в географическом смысле (Замятина 2002). В отличие от этого автора, мы видим в этом факте не столько функциональную, сколько административно-политическую (а также экономическую, культурную и психологическую) ориентацию сегодняшних региональных идеологов на столицу страны. На сайте Бурятии, например, отмечается расстояние не только от Улан-Удэ до Москвы (5519 км), но и до Тихого океана – 3500 км. Этот маленький информационный штрих можно расценить как

один из косвенных «приветов» республик федеральному центру. В данном случае мы солидарны с мнением Н. Замятиной, которая замечает, что «до кого оценивается расстояние, тот и важнее» (Там же). В некоторых случаях соотношение своей республики с центром страны еще раз подчеркивается с помощью легкой улыбки: *«Время в Башкортостане опережает московское на 2 часа».*

При создании республиканских образов практически на всех сайтах особое значение придается и таким природным условиям, как **рельефу (ландшафту)** края и даже местным почвам. Вообще, ландшафты и «природные памятники» – озера, реки, горы, заповедники, сами по себе являясь значимым культурным достоянием, занимают очень важное место в системах культурных ценностей и национального наследия разных стран (Великобритания, Норвегия, Германия, США, Польша). В некоторых из них управлением природным (и культурным) наследием непосредственно занимаются министерства культуры (Швеция, Италия) (Кулешова 2002; Валебный, Красовская 1998). В нашей стране в перечень земель историко-культурного назначения, зафиксированном в Земельном Кодексе РФ, входят в том числе и «достопримечательные места», и «ландшафтная среда», которым уделяется специальное внимание, а в отдельных случаях эти территории или «зоны охраны объектов культурного наследия» даже подлежат консервации и на них может быть запрещена любая хозяйственная деятельность (Ст. 99).

На официальных интернет-сайтах российских республик описания местных ландшафтов, как и в российской реальности, очень разнообразны и красочны: *«Республика Алтай находится в самом центре Азии, на стыке сибирской тайги, сибирских степей и полупустынь Монголии. Это горная страна с чрезвычайно живописным ландшафтом»;* *«Дагестан включает в себя 5 климатических и ряд физико-географических зон... Горы, предгорья и равнины... Реки – Терек, Сулак и Самур»;* *«Республика Тыва расположена в центральной части Азиатского материка, на стыке таежных и центральноазиатских пустынно-степных ландшафтов. На территории Тувы формируется основной сток самой многоводной реки Сибири – могучего Енисея»...* Своими природными условиями, которые входят в систему культурных ценностей местных сообществ, а порой и всей страны, гордятся Башкортостан, Чувашия, Татарстан и все другие республики. Рассматривая публикации в Интернете, нельзя не отметить, что красочное описание природной среды на сайтах республик скорее лирично, чем документально. Это скорее контуры, абрисы территорий и ландшафтов, ассоциируемые с одной конкретной республикой или сразу с несколькими. Но о других республиках, расположенных в этих же горах или долинах, редко говорится на республиканских сайтах.

Подобные тексты, дающие общее представление о географическом пространстве региона, действительно могут эмоционально привлекать сюда туристов из разных уголков страны и мира. На это и нацелены такие публикации. Однако и здесь, наверняка, не все так однозначно. Например, туристы едут на Алтай (на Кавказ, на Волгу, на «Север»), чтобы увидеть не столько определенную республику на этом земном пространстве (хотя и ее попутно), но едут увидеть чаще всего сам Алтай (Кавказ, Волгу, «Север») как интересную местность. Ведь республики, страны, народы и культуры – явление относительно временное, а рельефы местности (горы, реки, озера, долины) намного долговечнее. Возможно, и поэтому в интернет-образах республик, в этих официальных источниках, практически не встречается утверждений о тесной связи этнических (и даже республиканских) границ с релье-

фом и природными условиями конкретной местности. Ведь в рамках единой страны границы между регионами все же недостаточно четки, размыты, неустойчивы, несмотря на некоторые попытки их утверждения в республиках. Да и этничность населения в полиэтничных зонах не может служить маркером границ, как хотелось бы этническим элитам. Но красочные описания территорий в интернет-образах республик, кроме привлечения туристов, наверняка способствуют формированию региональной идентичности, гордости за эту землю и любви местного населения к своему краю, что умело используется идеологами республик.

Местная флора и фауна также важная ценность для каждой республики, но это и важная грань ее целостного образа, еще один штрих для формирования представлений о ней. Авторы текстов на республиканских сайтах с гордостью рассказывают о местной растительности и животном мире, хорошо знакомых жителям республики. Заметим, что элементы местного ландшафта, флоры и фауны нередко отражаются и в государственной символике республик, которая также представлена на главной странице всех сайтов. Этому дальше посвящен отдельный раздел, а здесь только упомянем, что, например, на гербах Адыгеи, Алтая, Ингушетии, Кабардино-Балкарии и Карачаево-Черкесии изображены горы, на гербах республик Алтай и Бурятия видны реки и озера. В символике некоторых республик актуализируются схематично изображенные хвойные и лиственные леса (дуб, клен, береза), а также колосья пшеницы и проса, початки кукурузы, цветки местных растений и древо жизни. На государственных символах Карелии, Северной Осетии, Хакасии изображены образы реальных зверей – медведей и барсов, а на гербах Алтая и Татарстана образы мифологических грифонов. Опоэтизированы и закреплены в государственной символике Дагестана, Ингушетии, Кабардино-Балкарии, Коми и Удмуртии птицы, обитающие в данной местности и издавна почитаемые в этих местах.

Определенным штрихом при создании представлений о республике служит и описание **климатических условий**, в которых она живет. Так, на сайте Марий Эл сообщается, что здесь климат умеренно-континентальный, с длинной холодной зимой и теплым летом. Местные идеологи представляют данную особенность как свое преимущество: *«Отличное место для занятий зимними видами спорта»*. На сайте Дагестана подчеркивается, что *«лето здесь теплое, а зима мягкая, высокие горы покрыты снегом...»*. Разнообразие климата здесь связывают с *«особым географическим положением республики, с расчлененностью рельефа и наличием бассейна Каспийского моря»*.

Еще одной важной ценностью и предметом подчеркиваемой идеологами гордости является **хорошее экологическое состояние** республики. По этому поводу в текстах активно используется комплиментарная лексика: *«...У нас красивая, привлекательная и уникальная природа... Здесь одна из лучших, экологически чистая среда...»*. В устах республиканских идеологов: свои реки – наиболее экологически чистые, «наши озера – жемчужины» (как в Марий Эл), животный и растительный мир – уникальный (как в Туве и многих других республиках), пейзажи – исключительно живописные (как в Адыгее). Похожая лексика используется и на сайтах республик Чувашия, Алтай и других.

Конечно, республики гордятся своими красотами, и это должно быть отражено на их официальных сайтах и по достоинству оценено всеми читателями, путешественниками и потенциальными инвесторами. Поэтому и звучат на интернет-страницах восторженные слова: *«Республика Адыгея занимает лидирующее поло-*

жение среди субъектов РФ по относительной площади особо охраняемых природных территорий, они занимают около 30 % территории республики...; Уникальные ландшафтные комплексы... исключительное биоразнообразие... Уникальная территория “Западный Кавказ”... не имеет себе равных на Кавказе и среди горных регионов Европы и Западной Азии...; Ущелье реки Курджипс имеет уникальное геоботаническое и геоморфологическое значение...; Адыгея относится к регионам с благоприятными условиями для санаторно-курортного лечения и туризма...». Разработчики информационных технологий называют такой прием подачи информации и психоэмоционального воздействия на аудиторию «сияющим обобщением» (Грачев, Мельник 2002). Он используется практически на всех республиканских сайтах для создания доброжелательного отношения к своей республике и для позитивной оценки ее образа.

Однако описание многочисленных красот своего края дается на этих сайтах не только для приятного любования ими, но и с практической целью. Именно здесь видна не только презентационная информация, связанная с природными условиями, но и рекламная («у нас есть», «мы можем дать», «с нами можно сотрудничать»). Об этом свидетельствует почти прямая **реклама** своего региона и его природных возможностей: «Республика Марий-Эл – отличное место для занятий зимними видами спорта... Красивый, экологически чистый край, с его обширными лесами и многочисленными озерами и реками привлекает отечественных и иностранных туристов». Башкортостан, по данным авторов сайта, также «обладает высоким инвестиционным рейтингом и относится к субъектам страны с наименьшим инвестиционным риском». Иногда республика рекламируется как бы косвенно. Так, на сайте Мордовии подчеркивается, что «по ее территории проходят важнейшие ж/д, трубопроводные и автомобильные магистрали», что здесь создан и действует «развитый народнохозяйственный комплекс с отраслевой промышленностью и сельским хозяйством». И это подчеркивается авторами текста как преимущество республики.

На сайтах многих республик делается акцент и на **туристическую привлекательность** края. Так, на Алтае, по информации, представленной главой этой республики, путешественники и туристы могут увидеть «уникальную природно-климатическую территорию, обладающую богатейшим биологическим, ресурсным потенциалом и бесценным культурно-историческим наследием. “Золотые горы” – таково одно из значений слова Алтай. Алтай настолько многолик и разнообразен, что может удовлетворить вкус любого путешественника... Глубочайшие пещеры... крупнейший водопад Алтая... грандиозное зрелище... стоянка человека в Денисовой пещере едва ли не самая древняя в Азии...». И Дагестан, как и в целом Кавказ, «издавна привлекал внимание путешественников. Каждого, кто приезжает сюда, в самую южную республику РФ, ожидают незабываемые впечатления: яркий и пестрый мир, уникальные ландшафты, редкие животные и растения, великопанорама... Необычные краски природы, чеканные силуэты аулов, горные дороги, настенные орнаменты...». О красотах своей республики, о многих других ее достопримечательностях говорится и на сайте Ингушетии: интересная местная архитектура, ингушский фольклор, народные ремесла, национальная музыка, другие элементы материальной и духовной культуры – все это несомненно привлечет внимание путешественников, желающих познакомиться с жизнью ингушей. На сайте Мордовии для туристов разработаны специальные маршруты, знакомящие их

с республикой, – «Родина великих людей», «Искусство и ремесла», «Музеи и выставочные площадки», «Театры», «Памятники культуры и архитектуры»...

Свою уникальную природную среду рекламируют и авторы чувашского сайта: *«Красивые озера..., красавицы реки... Одним из богатств республики являются леса, минерально-сырьевые ресурсы...»*. Авторы сайта Бурятии, представляя природную среду своей республики, привлекают внимание к Байкалу – *«самому глубокому пресноводному озеру в мире»*, к его *«уникальным природным ресурсам»*, к *«густым хвойным лесам, высоким горным хребтам, широким степям и горным долинам»*, рассказывают об *«обилии орехов и ягод, об «уникальных и редких видах животных, занесенных в Красную книгу – баргузинском соболе, буром медведе»*. Реклама своих природных достопримечательностей ведется везде: на Алтае, по словам местных авторов, представляют интерес *«некоторые виды специального туризма и спорта, возможны вертолетные и автомобильные экскурсии. Большой спортивный интерес у туристов и альпинистов вызывают ледники»*. На республиканском сайте рекламируются местные отели, гостиницы, сервис, представлена даже памятка туристам. Таким образом, естественная среда обитания жителей республики служит не только фактором формирования их этнореспубликанской идентичности, но и материальной ценностью, и одновременно идеологически важной составляющей рационального природопользования, коллективной ценностью для привлечения инвестиций и туристов и в целом для развития республики.

И это особенно хорошо заметно не только в описании туристических достопримечательностей, но и в информации о минерально-сырьевых ресурсах, которыми владеют республики. Вообще, в связи с интенсивным хозяйственным освоением своих территорий, с обострением экологических проблем, вопрос о праве народов на контроль за использованием природных богатств и ресурсов приобретает все большую значимость во всем мире (Тишков 1997: 19). И, хотя, по оценкам российских ученых, просчеты в экономической политике последнего десятилетия привели к резкому падению эффективности использования недр, которая и дальше продолжает оставаться крайне низкой (Лойко 2002), республиканское руководство смотрит на минерально-сырьевой сектор в своей экономике с большим оптимизмом. Природные запасы – это одна из главных ценностей каждой республики, и она должна быть не только выгодно представлена свету, но и как можно лучше использоваться в хозяйственной жизни региона. Местные идеологи хорошо понимают, что природные богатства республики – это основа для утверждения экономической силы, мощи республики, ее уверенности в реальном материальном фундаменте своего бытия. От ресурсных возможностей региона во многом зависит его благополучие, а в отдельных случаях даже политическая позиция. И это, конечно же, осознается местными элитами: *«Богатые природные ресурсы Татарстана, многоотраслевая экономика, многоуровневая система образования, высокий культурный и научный потенциал являются базисом стабильного развития общества»*¹⁴. Именно в информации о природных богатствах, об их освоении и об экономическом состоянии республик нередко встречаются гордые восклицания: *«Мы – крупнейший производитель; мы – один из ведущих регионов РФ; мы удерживаем лидирующие позиции; мы занимаем третье место среди регионов России; мы имеем... мы обладаем... мы производим...»*.

Но какими же конкретно природными ресурсами гордятся республики, и что они представляют на своих официальных сайтах как свое достояние и преимуще-

ство? Республика Бурятия гордится тем, что ее недра содержат 48% балансовых запасов цинка России, 24% – свинца, 37% – молибдена. В Удмуртии основными природными ресурсами являются лес и нефть, причем из общего объема добытой нефти 96% реализуются за пределами республики. На Алтае, кроме уже упоминавшихся рек, горных озер, источников минеральных вод, ледников, полезных ископаемых и лекарственных растений, находится одно из крупнейших литиевых месторождений Сибири, а также наиболее крупное известное железорудное месторождение, уникальные по запасам месторождения редких металлов (золото, серебро, ртуть, руды, мрамор, гранит), которые пока практически не использованы. Карелия гордится своими природными ресурсами – лесом, водными просторами и экологией. Идеологи Татарстана также представляют свои богатые природные ресурсы: здесь добывается около 32 млн т нефти в год. Кроме того, Татарстан, имея 2,1% сельхозгодий России, производит 4,7% общего объема ее сельскохозяйственной продукции. Республика является крупнейшим производителем зерна, мяса, молока, яиц. Свои успехи, связанные во многом и с природными условиями, представляет и Башкортостан, который, по словам авторов сайта, является *«одним из ведущих промышленных и сельскохозяйственных регионов РФ, занимая по общему объему продукции сельского хозяйства третье место среди регионов России»*.

Конечно, за горделивой риторикой и здесь стоит желание республиканских властей внушить своему населению уверенность в том, что *мы* владеем определенным природным богатством, что, опираясь на него, *мы* можем многое сделать для своей республики и своего народа, что *мы* не хуже, а в чем-то и лучше других. Но кроме того, рассказы о своих возможностях, связанных с минеральными и другими природными богатствами республик, дают возможность продемонстрировать окружающему миру свой экономический потенциал, который, в конечном счете, может стать и политическим. И это повышает чувство самоуважения, дает ощущение большей уверенности и независимости республике, так необходимые ей в период перемен.

В интернет-публикациях показывается, что российские республики, а вернее, их руководство, не просто стараются рационально использовать запасы природных ресурсов, но и в своих **стратегиях развития** во многом рассчитывают на них: планируют опираться на уже освоенные природные ресурсы, как Татарстан, Башкортостан, Удмуртия и др., или думают об освоении пока еще не разработанных месторождений, как Алтай, Бурятия и др. Иногда эти планы прямо озвучиваются на официальных сайтах. Например, руководство Бурятии связывает будущее республики с наращиванием минерально-сырьевого потенциала, что будет способствовать *«усилению ее позиции в геополитическом и экономическом пространстве России и стран Азиатско-Тихоокеанского региона, обеспечению ее экономической безопасности»*. Руководство Республики Алтай также рассчитывает на энерго-сырьевой потенциал, с которым связаны *«сценарные условия и основные приоритеты социально-экономического развития республики»*.

Однако стратегии будущего развития республик связываются не только с самостоятельной разработкой их сырьевых ресурсов. На официальных сайтах республик можно видеть прямую или косвенную рекламу своего края для потенциальных инвесторов, основанную на богатых местных природных условиях. Республики надеются на внешнюю помощь. Так, в развитии территории Адыгеи уже активно участвует иностранный капитал: с республикой работают зарубежные партнеры из Шве-

ции, Индии, Италии. Здесь, по информации сайта, отмечается благоприятный инвестиционный климат, указываются сферы экономики для привлечения инвестиций – лесопромышленный комплекс, строительство, энергетика, пищевая и перерабатывающая промышленность, сельское хозяйство, туризм. Другой инвестиционно-привлекательный, динамично развивающийся регион – Республика Алтай, также открытый «для разностороннего делового взаимовыгодного сотрудничества».

* * *

Суммируя приведенные выше материалы, можно отметить, что представленная на официальных сайтах информация о географии и природе республик выполняет разные функции. Презентуя свои республики в Интернете, на одной из «горячих» информационных площадок, местные авторы – политики, идеологи, ученые, чиновники не просто стараются показать основные природно-территориальные ценности своих республик как «пространство созерцания»¹⁵. Естественно, в устах местных идеологов каждая республика – это красивый, своеобразный по природным условиям край. Но это еще и привлекательное пространство для деятельности, для жизни и успешного развития. Авторы текстов официальных сайтов публично демонстрируют общественную **значимость и незыблемость** республиканских ценностей: это целостность территории республик с их неизменяемыми границами, с суровым или мягким, но привычным местным жителям климатом, это разработанные или еще не освоенные природные ресурсы. Через эти тексты, как бы между прочим (негласное влияние), ненавязчиво в массовое сознание передаются идеи о том, что республика в целом неплохо живет и развивается, что ее руководство – рачительный хозяин, «благодетель», хорошо знающий свой край, заботящийся о нем, думающий о рациональном использовании местных ресурсов и возможностей, о сохранении и благоустройстве своей территории. Но одновременно с пропагандистской функцией по формированию и укреплению территориальной гордости и идентичности своего населения, представленные на сайтах сведения выполняют и информационно-рекламную. Они привлекают внимание потенциальных внешних инвесторов и способствуют оживлению туристического и другого бизнеса.

Выявленный и еще раз подтвержденный в данной работе процесс ориентации республиканских идеологов исключительно на местную природную среду, которую они представляют массовому сознанию как «свою», как «нашу», можно оценивать двояко – со знаком плюс и со знаком минус. С одной стороны, кажется вполне естественным, что республиканские элиты, отстоявшие в начале 90-х годов свой республиканский суверенитет, защищая и укрепляя свои права в последующие годы, нуждаются в поддержке местного населения. С этой целью, умело используя природу своего края как важнейшую и стабильную республиканскую коллективную ценность, они активно формируют у него локальную, этнореспубликанскую идентичность, местный патриотизм, любовь к своей «малой родине». Население республик с помощью местной региональной идентичности как бы идеологически «скрепляется» в единое республиканское сообщество. Но с другой стороны, при активном доминировании процесса формирования локальной идентичности в общественно-политическом пространстве страны теряется общероссийская идентичность, а это может стать проблемой для ее целостности в будущем.

Информация о населении – еще одна грань историко-культурного образа республик

Одна из тем на официальных сайтах республик посвящается их населению, ради которого, в конечном счете, все и происходит (?). В каком-то смысле человечество – это всего лишь распределенные в пространстве людские группировки, из которых в современном мире, как замечают наблюдатели, наиболее значимые и пространственно очерченные – это государственные сообщества (Тишков 2003: 296). Население страны или республики это, по определению демографов, – совокупность поколений людей, живущих в конкретных исторических условиях и на конкретной территории, причем эта «совокупность» непрерывно возобновляется. Население – это также одна из важнейших ценностей каждого территориально-государственного объединения, хотя она и рассматривается аналитиками не всегда однозначно. Как известно, во многих странах Европы и Северной Америки население в последние десятилетия постоянно уменьшается, что создает этим странам большие проблемы. Но во многих странах Азии и Африки, наоборот, население постоянно растет, и это также является постоянной «головной болью» для их правительств. И при недостатке, и при «переизбытке» населения перед властями встает масса вопросов, связанных с его трудоустройством, с организацией продовольственной базы, с другими социальными вопросами, с регулированием миграционных процессов и межэтнического взаимодействия.

Актуальная вставка¹⁶

Если взять за точку отсчета кризисный период в жизни страны (а наша страна, к сожалению, довольно часто попадает в такие ситуации), то можно еще раз обратиться к периоду перед распадом бывшего Союза. В эти годы вопросы, связанные с демографическими проблемами, по нашим данным, стали активно муссироваться в СМИ бывших союзных республик. Республиканские журналисты и идеологи актуализировали в массовом сознании вопросы: кто мы? какие мы? сколько нас? ... Республиканская общественность, практически не затрагивавшая в 70-х – начале 80-х годов эти вопросы публично, с началом гласности как бы стала проводить у себя «этническую инвентаризацию». Правда, в разных республиках эти вопросы обсуждались по-своему. В исследованных нами газетах Грузии, Молдавии, Узбекистана заметно увеличилось число упоминаний титульных этносов республик, озвучивалось беспокойство о их судьбе. Так, в грузинской прессе обсуждались вопросы о положении сельских жителей, о запустении и старении сел, о «нарушении пропорций в воспроизводстве населения». В прессе открыто заговорили о «необходимости гармонии национального развития», об «оздоровлении демографической ситуации в республике» («Заря Востока». 1989, 2, 6, 8, 9, 16 декабря). В целях исправления этой ситуации жителям Грузии рекомендовали «последовательно и деликатно внушать детям, что для полноценной жизни их самих и их народа надо иметь большую семью». В таком ключе, по мнению газеты «Заря Востока», «можно построить в школе любой урок» (1989, 2 декабря).

Но в Узбекистане ситуация была противоположной, что также отражалось республиканскими СМИ. Здесь затрагивались вопросы о нерегулируемой миграции в республику, обсуждались проблемы об избытке трудовых ресурсов в Андижанской области – «одной из самых плотно населенных в стране» и имеющей много «острейших социальных проблем» («Правда Востока». 1988, 15, 18 декаб-

ря). Узбекская общественность, оценивая социально-экономическую ситуацию в республике, пришла к выводу, что перенаселенность и трудоизбыточность населения – это проблема, требующая срочного вмешательства. Пресса передавала населению тревожные идеи о том, что «высокий прирост населения резко увеличивает количество иждивенцев, отвлекает трудоспособное население, особенно женщин, в сферу домашнего и личного подсобного хозяйства, снижает реальные доходы населения» («Правда Востока». 1988, 9 февраля). Идеологи того времени пытались внедрять в массовое сознание идею, что «стремление иметь много детей, жить большой семьей – многовековая традиция узбекского народа, сохраняющаяся до сих пор, но она противоречит, не состыкуется с темпами экономического и социального развития республики» (16 января). Публикации «Планировать семью» (9 февраля), «Острые грани многодетности» (13 февраля), «Здоровье семьи – здоровье народа» (17 февраля) и многие другие (4–6 марта) обсуждали демографические процессы в Узбекистане, предлагали как идеал «среднедетную семью с 3-мя детьми» ... Однако вскоре эта идеологическая кампания в прессе была прекращена. Но не из-за решения проблемы, а потому что многие выступления газеты «были неправильно восприняты частью населения как насильственное ограничение рождаемости». А «Советская Россия» в этот период гласности, перед распадом бывшего Союза никак не затрагивала проблем демографии и миграции. Думается, что в этот период по многим причинам нельзя было еще и с помощью этих вопросов будоражить этническое самосознание населения РСФСР, более 80% которой составляли русские.

* * *

В наши дни в российских республиках ситуация с проблемами населения также воспринимается неоднозначно. Этот, всегда актуальный вопрос, становится в современной России еще более острым. И не только из-за многочисленных проблем все более интенсивного межэтнического общения, но и из-за необходимости более рациональной территориальной организации производства и оптимального размещения рабочих рук. Демографов и других аналитиков занимают не только численность, плотность и ареалы расселения людей, половозрастной состав, динамика роста и прочее, но также другие моменты, связанные с влиянием на население природно-климатических, экологических, социально-экономических и этнополитических факторов. Об этом задумываются и исследователи, изучающие теоретические проблемы, и власти российских республик, осуществляющие практическое руководство (Бурматова 2001; Римашевская 2004).

Информация, связанная с проблемами населения, и на республиканских сайтах представлена неодинаково. Отметим, что этот сюжет далеко не всегда выделен в общей информации, поэтому сведения о населяющих республику людях, рассыпаны по всему сайту. Тем не менее посетители сайтов могут составить определенное представление о населении конкретных республик, увидеть данные (хоть и не всегда компактные) о численности населения, о его этническом составе, о религиозных предпочтениях, а также об особенностях этнической культуры, образе жизни, традициях и обычаях жителей республики. И все эти сведения на интернет-страницах добавляют яркие штрихи к образу каждой конкретной республики.

Численность населения – это очень важная для всех субъектов характеристика, которая, как упоминалась выше, оценивается в разных регионах по-своему. Одни республики, как, например, Дагестан, гордятся тем, что по численности населе-

ния занимают 3-е место среди республик РФ, а Башкортостан – 7-е место. Другие просто констатируют свою ситуацию: население Адыгеи – 441,2 тыс. человек; в Хакасии – 538,0 тыс. человек; население Марий Эл – 707,6 тыс. человек; в Мордовии – 888 тыс. человек и т.д., а некоторые подчеркивают, что они «небольшой народ»... Дагестанские авторы подчеркивают, что их население довольно быстро растёт. Естественный прирост здесь 12,9 против 2,1 в целом по России. Здесь традиционна многодетность сельских семей. Но и количество безработных (в предкризисный период) здесь достигает более 8%. Эта ситуация частично напоминает описанную нами выше проблему перенаселенности и трудоизбыточности населения в конце 80-х годов в некоторых регионах бывшего Союза. Но представленная на сегодняшних официальных сайтах очень деликатно, она, тем не менее, также требует срочного государственного вмешательства.

Кроме общей численности, другой важной характеристикой народонаселения является **плотность его расселения** на конкретной территории, о чем также говорится на сайтах, а также соотношение сельских и городских жителей и другие показатели. Эти характеристики также имеют заметные различия по республикам. Но и сами по себе они немаловажны для всех регионов, поскольку неоднородность населения в разных местностях обуславливается не только известным комплексом объективных для всех регионов причин, но и результатом реальных различий территорий. Это важно, например, для Саха (Якутии), где отмечается слабая заселенность территории, и для Республики Алтай, где плотность населения также очень мала – всего 23 человека на 10 кв. км, и это значимо для Адыгеи, где средняя плотность одна из самых высоких в стране – 566 человек на 10 кв. км, и, по словам авторов информации, почти втрое превышает соответствующий показатель по России. Авторы текстов на сайте Чувашии замечают, что на сравнительно небольшой территории у них проживает 1 292 200 человек. И плотность населения здесь также одна из самых высоких в России (704 человека на 10 кв. км).

В некоторых случаях на сайтах дается более-менее подробная **характеристика поселений**, расположенных на территории республик: в Адыгее, например, в составе поселений преобладают аулы, станицы, сельские населенные пункты; в других случаях авторы говорят о количестве районов, городов и сел, даже о времени их основания (в Башкортостане и др.). Другие вспоминают об этом лишь в сводках и табличных отчетах об экономическом или финансовом состоянии своего края. Почти все республики выделяют на официальном сайте информацию **о столице своей республики**. В некоторых случаях – это *«один из старейших крупных городов Сибири и Дальнего Востока»* (как Улан-Удэ), а в других случаях центр республики называют просто «городом» и относят к муниципалитетам (Горно-Алтайск). И довольно часто эти главные города – предмет особой гордости жителей республики. Обычно подчеркивается, что столица (иногда – центральный город республики) – это крупный промышленный, транспортный и культурный центр республики: *«Столица Башкортостана – один из 11 российских городов-миллионников, крупный центр экономики и культуры страны»*; *«Город Нальчик – крупный культурный, научный и промышленный центр, город-курорт»*; *«Кызыл – столица Республики Тыва, политический, экономический и культурный центр»*; *«Саранск – столица РМ, известен не только в России, но и за рубежом»*. О каждой столице своей республики авторы упоминают с уважением и гордостью, описывая не только промышленную, но и научную, и культурную инфраструктуру. На сайтах подчеркива-

ется забота руководства республик о постоянном улучшении условий жизни населения, о социально-общественной и политической стабильности, межнациональном и межконфессиональном согласии.

И конечно, при представлении населения важнейшей характеристикой в интернет-образе каждой республики является ее **полиэтничность**. В этом сходство всех официальных сайтов – упоминание не просто о населении республики, а о многонациональном населении республик. Заметим, что еще с советских времен и до сих пор, в начале XXI в., феномен полиэтничности разных сообществ в России (в том числе и территориальных) акцентируется и политиками, и идеологами как одно из достоинств этих сообществ и как одна из его важных ценностей. Но в современном многонациональном (многонародном) сообществе это не может не вызывать некоторые сомнения: насколько это подчеркивание целесообразно? Может быть, со стороны государственных органов следует просто рассматривать любого человека только как жителя и гражданина, но не как русского, татарина, тувинца или эвенка? Ведь от этого и дальше идет порой насильственное деление людей по национальному признаку – в школах, в бизнесе, в правоохранительных органах. И конечно – в массовом сознании. В паспорте национальность не упоминается, при переписи ответ на этот вопрос теперь добровольный. А «на местах» продолжается деление населения по этому признаку, да еще официально поддерживаются национальные объединения (далеко не всегда, как декларируется, действительно национально-культурные). Этот вопрос спорный, но, определяя людей по национальности, разделяя их таким образом на отличающиеся друг от друга группы, как бы обособляя их, официальные власти сами искусственно поддерживают и актуализируют в стране этничность, организуют этнические сообщества или, по крайней мере, поддерживают таким образом идею стратификации людей и по этому признаку. Волей-неволей создается и усиливается конкуренция групп: «нас больше или нас меньше»; «мы – свои, а они – чужие»; «мы лучше, а они хуже»; «нам положено, а им не положено...». Но насколько это необходимо сейчас, при довольно сложном строительстве единой российской нации, в наших и так непростых жизненных условиях?

Может быть, далеко не всегда стоит на официальном уровне так часто упоминать о многонациональности регионов, сообществ и коллективов, ведь для современного мира и тем более для России, которая всегда была многонациональной и многоконфессиональной, эта ситуация сегодня естественна. Ведь тем самым людям, живущим вместе и порой забывающим в жизненной суете о своей национальной принадлежности, как бы искусственно напоминают, что они неодинаковы и различаются по этническому признаку... «Мы – многонациональный народ (многонациональное население), у нас столько-то процентов одних, столько-то других и третьих». Из этого положения, чаще всего искусственно, и вытекают интересы этнических групп, а вернее, их элит (причем далеко не только культурные), формируются мифы об особенностях членов данной группы в общем окружении. Как правило, в результате такого деления появляются этнические лидеры, отстаивающие «интересы своего народа», мобилизующие своих сторонников для конкуренции и противостояния другим этническим и политическим группам. Такие процессы, стимулирующие этнический национализм, уже не раз описывались в научной литературе (Тишков 1995: 159–160). Конечно, полиэтничность – это еще один немаловажный штрих в образе республик. Но нужно ли в данном случае специально, с указанием процентов, обращать общественное внимание на этот признак? Этно-

культурное разнообразие превращается в этнополитическую проблему. Республиканские идеологи уже много лет с гордостью подчеркивают полиэтничность своих республик как их достоинство и по традиции советских времен продолжают перечислять чаще всего случайное представительство разных этнических групп в населении своих регионов.

А на сайтах республик это выделение национальностей выглядит следующим образом: «*В Дагестане живут аварцы, даргинцы, кумыки, лезгины, русские, лакцы, табасаранцы*»; «*В Татарстане насчитывается восемь национальностей, численность которых превышает 10 тысяч человек. Наряду с татарами, которые составляют 52,9% от общей численности населения, и русскими, составляющими 39,5% населения, в число наиболее представленных народов входят также чувашии, удмурты, украинцы, мордва, марийцы и башкиры. В последние годы выросло число азербайджанцев, армян, таджиков, узбеков, постоянно проживающих в республике*»; «*[На территории Башкирии, которую также называют многонациональным краем,] проживают порядка 130 народностей, 11 из них имеют компактные поселения в районах. Здесь проживают: русские (36,3%), башкиры (29,8%), татары (24,1%)*»; «*Адыгея – многонациональная республика. Основное население – русские (64,5%) и адыгейцы – 24,2%, армяне, украинцы, немцы, белорусы, греки и др.*» (Почему население делят на основное и неосновное? – В.М.). «*Чуваши – одна из многочисленных народностей России, по численности занимают третье место после русских и татар*». Здесь тоже можно отметить гордость республики (?!), республиканских идеологов (?!) за число представителей одного народа (которые, кстати, далеко не всегда живут в данной республике). В той же Чувашии (на сайте президента) даны результаты переписи населения, в том числе всего населения и отдельно городского и сельского, постоянного и мигрантов. Но здесь чувашии не выделены. В Мордовии из 888 тыс. человек населения мордва составляет 31,9%; русские – 60,8%; татары – 5,2%. А в Якутии, где население составляет 949 тыс. человек, якутов – 45,5%, русских – 41,2%, украинцев – 3,6%. Здесь также живут эвенки, эвены и др.

На некоторых сайтах сообщается не просто о численности населения, но и дается своеобразная «этноисторическая справка» с краткой характеристикой «коренного» населения и его истории. Этнореспубликанские идеологи не замыкаются здесь только в рамках своей республики, но с гордостью рассказывают о своих этнических сородичах, проживающих на остальной территории России и даже в других странах. Например, население в Марий Эл составляют: мари – 42,9%; русские – 47,5%; татары – 5,9%. «*Марийцы (прежнее официальное название – черемисы) являются аборигенным населением республики... Исторически сложилось так, что 51,7% мари проживают вне пределов своей республики, в том числе 4,1% – вне пределов России...*».

Идеи о том, что «мы» – многочисленный народ, что «наши» корни очень древние, что «мы» расселяемся не только на своей исторической территории, что о «нас» известно и за пределами нашего края и даже России, также присутствуют на официальных сайтах: «*Чувашская Республика – это родина не только для родившихся здесь чувашей, русских, татар, мордвы и представителей других национальностей. Ее считают “второй родиной” и чувашии, родившиеся за ее пределами*». Бурятские авторы гордятся, что «*общества бурятской культуры зарегистрированы в Москве, Петербурге, Киеве, Иркутске*». Рассказывая о населении Бурятии, авторы

подчеркивают, что коренное население республики – буряты. История их региона была очень бурной: *«Население региона прямо или косвенно в течение тысячелетий входило в орбиту грандиозных исторических событий этой части планеты... Гунны... Чингис-хан... Российская империя... казаки... Установление Россией устойчивых пограничных рубежей привело к обособлению бурятских племен от остального монгольского мира».*

В Удмуртии из 1 623 800 человек населения русские составляют 58,9%, удмурты – 30,9%, татары – 6,9%. *«Коренное население удмурты – один из древних восточно-финских народов северо-западного лесного Приуралья... Общая численность удмуртов в мире около 750 тыс. человек, 67% их живут в УР».* Кстати, это еще одна из особенностей деятельности местных идеологов – называть и подчеркивать общую численность своего *коренного* народа (представителей титульной этнической группы), распространять информацию о его расселении в других регионах России и мира. И это еще один повод для национальной гордости. Хотя взгляд на проживание своих сородичей в других странах (что очень нелегко учесть) не всегда может быть однозначно положительным.

Однако из этого источника читатель далеко не всегда может узнать об особенностях жизни местного населения. На сайтах представлены довольно краткие сведения, в основном о численности представителей разных этнических групп. В Республике Алтай население составляет около 205,5 тыс. человек, из них *«алтайцы составляют 31%, русские – 60%, казахи – 6%, украинцы – 0,9%, немцы – 0,4%. Основная часть жителей занята сельским хозяйством ... Алтай известен как один из районов этно- и культурно-генеза современных тюркских народов мира».* Численность постоянного населения в Бурятии, по данным сайта, на 1 января 2004 г. составила 974,3 тыс. человек. Городское население около 60%. *«Коренное население республики – буряты, эвенки и сойоты. Русские (70%), буряты – 24%, украинцы – 2,2%, др. национальности – 3,8%...».* В редких случаях в информации о населении звучат и печальные мотивы: *«Продолжительность жизни населения на территории, где алтайцы – коренной народ, населяющий горы и предгорья географического Алтая, самая низкая среди субъектов Сибирского федерального округа».*

Как правило, информация о населении своих республик, о его полиэтничности и поликонфессиональности представляется на официальных сайтах **исключительно толерантно**. Авторы рассказывают о совместной мирной жизни своих земляков, к какой бы национальности они себя ни относили: *«За свою многовековую историю Татарстан накопил богатейший опыт совместного проживания людей разных национальностей и религий. В республике традиционно особое внимание уделяется соблюдению межэтнического, межконфессионального мира и согласия».* *«В Бурятии, – сообщают местные идеологи, – традиционно спокойная общественно-политическая обстановка».* В Адыгее межнациональная и межконфессиональная ситуация характеризуется как стабильная. Много внимания национальной политике уделяется властями и в Карелии. Здесь в последнее время активизировались национально-общественные объединения (поморы, пудожане, заонежане). Республика большое внимание уделяет *«созданию условий для удовлетворения этнополитических, этнокультурных запросов и потребностей народов и национальных меньшинств, проживающих в РК, формированию установок толерантного сознания и поведения в обществе, профилактике экстремизма».* Особое внимание уделяется в этой республике вепсам, которые характеризуются авторами текстов как *«коренной,*

малочисленный народ РФ». На территории Карелии также создаются условия для социально-культурной адаптации мигрантов.

Религиозное разнообразие жителей российских республик – еще одна черточка в официальных интернет-образах. На некоторых сайтах об этом говорится очень кратко: *«В Бурятии находится центр буддизма в России»*. На других сайтах авторы останавливаются на этой теме подробнее, подчеркивая роль своего руководства в укреплении межконфессионального и межэтнического мира в регионе: *«Заметное влияние на благоприятный социальный климат в Татарстане оказывает урегулированность межконфессиональных отношений...»*. Традиционными для республики конфессиями являются ислам и православие. Татары и башкиры (т.е. около половины населения республики) исповедуют ислам. Другая часть населения – русские, чувашаи, марийцы, удмурты, мордва – христиане, исповедующие православие. В Татарстане также представлены католицизм, протестантство, иудаизм и другие конфессии. *«Соблюдение баланса интересов двух крупнейших для республики конфессий и равенства всех религий перед законом лежит в основе межконфессионального согласия в республике»*. В Адыгее 76 религиозных объединений, принадлежащих к 12 конфессиям (исламские конфессии – 10, православные – 36). Этноконфессиональная ситуация в республике характеризуется как стабильная. Здесь, по данным сайта, развивается религиозный и паломнический туризм, восстанавливается православный монастырь. В Марий Эл также действуют множество религиозных объединений, и все они также не обделены вниманием республиканских властей. Среди них к Русской православной церкви относятся 80, к марийской традиционной религии – 5, к исламу – 13, к иудаизму и буддизму – по одной. И в Карелии также соблюдается свободное вероисповедание и веротерпимость. Здесь насчитывается 17 конфессий и более 190 религиозных организаций, с ними активно взаимодействуют органы власти. В 2007 г. здесь отмечалось 780-летие крещения карельского народа, проходили выставки, фестивали, конференции. А Республика Башкирия, где самыми влиятельными направлениями в религиозной жизни являются ислам и православие, называет себя *«моделью межнационального согласия и этнополитической стабильности»*. Подчеркивая и таким образом спокойную этноконфессиональную и всю общественную атмосферу в своей республике, показывая при этом возможность свободного проявления религиозных взглядов, толерантность и веротерпимость среди своего населения, нынешние идеологи добавляют еще одну существенную черточку в ее многосторонний образ. Но и здесь нередко проявляется определенная направленность информации сайтов на практическое, рекламное ее использование: *«По общему признанию, Кабардино-Балкария является республикой с наиболее стабильной общественно-политической ситуацией, создающей исключительно благоприятные условия для разностороннего взаимовыгодного сотрудничества»*.

Представляя на сайте свое население, республиканские идеологи говорят и о его будущем. В **планах развития республик**, как правило, просматриваются не только мечты об общем расцвете своего края (благоустройстве территорий, прокладке дорог, о поддержании в чистоте рек и озер), о чем говорилось выше. Руководители республик на официальных сайтах почти повсеместно акцентируют направленность своих усилий на социально-экономическую поддержку населения, озвучивают свою заботу о республиканском населении. *«К стратегическим приоритетам социально-экономической политики Республики Татарстан относится*

задача постепенного доведения качества жизни населения до международных стандартов. При этом на первое место выходит рост благосостояния населения, повышения уровня жизни, как работающего населения, так и пенсионеров, составляющих более четверти населения республики». «Нам важно и впредь, также настойчиво, не покладая рук, трудиться на благо родной республики, – звучит и на сайте Башкирии, – благоустроить города и села, улучшить наш замечательный общий дом, нашу древнюю и прекрасную землю в интересах каждой семьи, каждого жителя республики». На это нацелена и другая поволжская республика – Чувашия, которая, по словам авторов сайта, «будет выгодно отличаться от других регионов благоустроенностью, ухоженностью, экологическим благополучием». «В Чувашии уже в этом году будут созданы не просто долгожданные, а уникальные для российской действительности условия для жизни и работы в сельской местности (асфальтированные дороги, газификация). Это беспрецедентно для России... Ради здоровья людей мы... (экология, питьевая вода, загрязнение воздуха). В истории Чувашии еще никогда не выделяли такие суммы на водоснабжение для своих жителей». Власти Карелии в своих стратегических планах также намечают «повышение качества жизни населения республики на основе устойчивого, сбалансированного развития экономики, формирования потенциала будущего развития и активного участия республики в системе международных и межрегиональных обменов». И руководство Адыгеи поставило себе цель – «развитие человеческого капитала, улучшение демографической ситуации, повышение уровня образования, развитие культурного и духовно-нравственного потенциала, культуры и спорта, обеспечение социальной защищенности и занятости населения, экологическая безопасность». Идеологи представляют образ республики как «наш общий дом», как знакомое, доброе, теплое и удобное пространство, в котором «нам» всем очень удобно. Но его необходимо и дальше обустроить. Таким образом, рассказывая о своих стратегических планах, республиканское руководство умело использует возможности Интернета, чтобы в очередной раз продемонстрировать населению свою заботу о нем и заявить о своей готовности служить жителям республики и дальше.

Важно отметить, что **этнический фактор** занимает неодинаковые позиции в информации официальных сайтов республик, и среди стратегических планов республиканских элит этничность также оценивается неодинаково. В некоторых республиках она представляется как этнополитический феномен, но в других все же чаще – как этнокультурный. Например, указывая на «Особый правовой статус Татарстана», эксперты прямо говорят, что руководство Татарстана привержено принципу исключительности этого региона. Она «базируется на факторе этничности в легалистском ракурсе. Тот путь, который прошел Татарстан, может рассматриваться как объективный процесс развития этнической группы, и в данном случае нация реализовывала свое право на самостоятельное определение своего статуса» (Валуев). Здесь можно еще раз напомнить о политической направленности информации официальных сайтов, озвучивающих важные для республиканских политиков идеи как для внутреннего, так и для внешнего пользователя.

Беспокойство властей за сохранение этничности коренного или титульного народа республик на некоторых сайтах и не скрывается. Так, на сайте Татарстана читаем: «В последние годы предпринимались действия, направленные на нивелирование национальных особенностей республики, на снижение статуса Татарстана. Это проявлялось в требованиях пересмотра некоторых положений новой редакции

Конституции Татарстана, дроблении татарского народа на части по религиозным и географическим признакам в процессе переписи населения РФ в октябре 2002 г. В конце 2002 субъектам РФ было законодательно запрещено самостоятельно использовать в своих государственных языках алфавиты, отличные от кириллицы. Негативные последствия этого решения признаются многими независимыми обозревателями». Здесь нельзя не подчеркнуть необычность подобной информации для современного официального республиканского сайта: тема, которая активно обсуждалась еще перед проведением всероссийской переписи населения в начале десятилетия, остается для татарстанских идеологов актуальной и сегодня. Этот факт можно рассматривать двояко. С одной стороны, это реальное беспокойство республиканских элит за судьбу татарского народа, а с другой – вовлечение потребителей информации в ситуацию с помощью акцентирования обиды или несправедливости по отношению к «нам» и создание на этой основе некоторой группы солидарности – это один из действенных информационных ходов республиканских идеологов¹⁷.

До сих пор актуальным для республиканских идеологов остается и вопрос о **государственном языке**. Государственный язык – это еще одна важная составляющая образа каждой российской республики, нередко называемой на сайтах «национальной». Как правило, государственных языков в республиках два (иногда – три). Представляя свою республику всей России и остальному миру, идеологи непременно упоминают, что на их территории: *«Государственными языками, согласно Конституции РБ, являются башкирский и русский языки. В школах предоставляются все возможности для обучения на родном языке или для его изучения в качестве отдельного предмета»; «В Республике Коми государственные языки – русский и коми. Коренное население относится к финно-угорской языковой группе»; «В Марий Эл государственные языки – марийский (горный и луговой) и русский»; «В Мордовии государственные языки – русский и мордовские (мокшанский и эрзянский)»; «В Республике Алтай государственными языками являются равноправные русский и алтайский».* Эта информация подается читателям спокойно, как констатирующая, и споров и явных конфликтов при этом нигде не наблюдается.

Однако определенные **опасения за сохранение своей этничности** все же проявляются не только у идеологов Татарстана. Они слышны и в некоторых, довольно деликатных высказываниях на сайте Башкортостана: *«События в Осетии подтвердили, что реализация прав народов на национальную самобытность, родные языки и национальные культуры – неперемное условие сохранения мира и стабильности. Национальная политика, особенно в многонациональной стране требует реализма, тщательного учета исторических особенностей регионов, наличия условий для удовлетворения национально-культурных потребностей, сбережения языков и культур. Руководство Башкортостана придерживается именно такой позиции».*

Важным компонентом в образах российских республик является собственно **этнокультурная сфера**, которой власти республик придают особое значение. Эта сторона жизни представлена на официальных сайтах довольно разнообразно. Здесь можно увидеть информацию о целевых проектах и программах в области межэтнических отношений, о создании и деятельности этнических творческих коллективов, о праздниках и фестивалях национальных (этнических) культур...

Так, например, карельские авторы рассказывают, что в их республике работает региональная целевая программа по гармонизации национальных и конфессиональ-

ных отношений, заключаются многосторонние соглашения о сотрудничестве, о государственной поддержке, проводятся конкурсы проектов «Духовность отечества», «Земля наших предков», «Карелия – наш дом», «Родное слово» и др. И в Башкирии, по сообщениям республиканских авторов, поддерживается создание творческих коллективов, проведение национальных праздников и фестивалей национальных культур. Здесь же отмечаются Дни Салавата Юлаева, устраиваются фестивали башкирской и татарской песни, межрегиональный праздник русской частушки. В республике работают библиотеки по обслуживанию населения на родных языках, газеты и журналы, радиопередачи выходят на шести, а телепрограммы – на пяти языках. На сайте Марий Эл выделены специальные рубрики: «Крупнейшие музеи», «Театрально-зрелищные учреждения», «Библиотеки», «Национально-культурные общественные объединения»... На сайте специально и с большой гордостью говорится о деятельности национально-культурных организаций, о республиканском Фонде содействия развитию культур, о союзах писателей и композиторов республики, об учреждениях образования. А на сайте Тувы специальные рубрики посвящены тувинской кухне, национальному костюму, искусству резьбы по камню, горловому пению... В Республике Алтай также большое внимание уделяется возрождению культуры коренного народа – алтайцев. Здесь устраивают национальные праздники ойрот-алтайцев с участием всех, живущих на Алтае народов, проводят Курултай сказителей – самобытный и уникальный вид творчества... Наряду с этим, отмечается в публикации сайта, достаточную поддержку получают культурные организации проживающих на территории республики Алтай – русского и других народов.

В Кабардино-Балкарии, в Северной Осетии и других республиках этого региона гордятся профессиональными театрами – национальными и русскими, причем, например, в Северной Осетии, кроме драматического и молодежного, работает еще и обрядовый театр. Здесь с гордостью рассказывают о своих оркестрах, хореографических и фольклорных ансамблях, о госфилармониях и национальных музеях, о местных сказителях. Особенную гордость, как и в других северокавказских республиках, здесь вызывают изделия народных промыслов и декоративно-прикладного искусства (ювелирное, кузнечное ремесло). Для осетин большой гордостью является Валерий Гергиев – главный дирижер Мариинского театра в Санкт-Петербурге.

Другие республики, как уже упоминалось выше, также с гордостью представляют свои театры, музеи, государственные концертные учреждения (Калмконцерт – в Калмыкии), рассказывают о работе библиотек, клубных учреждений. Например, на сайте Калмыкии можно прочитать: *«В последнее время наметилась тенденция к росту национального самосознания, интереса населения к освоению своей национальной культуры, к изучению истории родного края, фольклору»*. Практически повсюду, по данным официальных сайтов, в республиках проводятся традиционные праздники, конкурсы народной песни, танца, устного народного творчества, выставки искусства народных мастеров. Причем во многих случаях в них принимают участие не только профессиональные коллективы, но и обычные люди.

В отдельных республиках национальные (этнические) культуры являются заметным притяжением для туристов. И информация сайта об этом становится здесь уже не только презентационной, но и рекламной. Например, на алтайском сайте сообщается, что в этой республике устраиваются *«красочные исторические спектакли и прекрасные театрализованные представления»*, рассказывается об «уни-

кальных текстах древних сказаний», на праздники сюда приезжают многочисленные гости из других регионов и даже стран. В Адыгее также большой гордостью республики считаются культурно-исторические ресурсы: Национальный музей Республики Адыгея, его уникальные коллекции и фонды. *«Символом духовной культуры адыгейского народа и визитной карточкой Республики Адыгея является Государственный академический ансамбль народного танца Адыгеи “Нальмэс”*». Чувашия гордится своими народными праздниками, национальными костюмами, традиционной кухней, чувашским свадебным обрядом. Значимыми ценностями культуры Чувашии являются и «Чувашский мир» В. Галошева, и «Летописи о Чувашии и чувашах», и археология Чувашии.

Еще одна сторона этнонациональной жизни в республиках – этнокультурные **общественные движения и объединения**. Они объединяют представителей «своей, коренной» национальности, о чем прямо говорят названия некоторых сообществ. Например, в Республике Коми работают такие объединения, как «Коренные женщины Республики Коми», «Коми-ижемцы “Изъватас”», «Союз коми-молодежи “МИ”». Здесь очень развито финно-угорское сотрудничество: проводятся международные детские и молодежные фестивали, выставки художественного творчества, летние университеты юных филологов, этнофутуристический финно-угорский фестиваль. В Мордовии также активно проявляют себя такие движения, как Союз женщин Мордовии, Ассоциация врачей Мордовии, многочисленные молодежные ассоциации (19), Объединение предпринимателей «Возрождение Мордовии», Центр защиты прав прессы Мордовии, Клуб возрождения финно-угорских воинских игрищ «Тюштя» и многие другие. На сайтах не говорится о целях и общественных функциях этих движений и объединений. Но очевидно, что задачи сохранения национальной культуры и самобытности, поддержание национального самосознания – ключевая задача и важная часть их деятельности. С помощью таких объединений еще больше сплачиваются представители этнических групп, акцентирующие в своей жизни этническую культуру, психологию и этническую историю. И нельзя не отметить, что большинство публикаций о национально-культурной жизни российских республик сопровождается на сайтах красочными документальными фотографиями, отражающими богатство и многообразие этнокультурного развития российских народов (Дагестан, Удмуртия и др.).

Несмотря на обилие подобной информации, все же остается некоторое впечатление, что для многих официальных сайтов представление национальных культур и акцентирование конкретной этничности, хотя и важное идеологическое направление, но все же здесь оно не главное. Косвенное подтверждение этим наблюдениям мы видим еще и в том, что **этнические автостереотипы**, как один из общепринятых штрихов в образе этноса, очень редко встречаются в текстовой информации на этих сайтах. Можно назвать лишь несколько случаев, например, на сайте Дагестана рассказывается о том, как хорошо здесь отдыхать и путешествовать. Здесь живут *«трудолюбивые горцы, ...умельцы Дагестана, их исторические памятники и сторожевые башни напоминают о мужественном сопротивлении иноземным захватчикам»*. На сайте Мордовии, в анонсах новостей с гордостью пишут: *«О нас говорят; Наши земляки в России и в мире; Спортивная ходьба требует мордовской упертости»* (23.08.2008). Можно отметить, что в данном случае этничность титульного народа представляется здесь в основном только как компонент культуры и истории, и в полиэтничной республике нет особой нужды многократно ее акценти-

ровать. Но, как оказалось, это не совсем так. Этнические стереотипы очень красочно представлены в государственной символике республик.

Таким образом, авторы информации на официальных сайтах, рассказывающие о населении российских республик, только касаются некоторых сторон его жизни. И это вполне естественно для официальных (представительских) источников информации о республике. Тем не менее даже из этой, довольно фрагментарной информации можно видеть, что народы российских республик с их этническими культурами и особенностями жизни, с их богатым прошлым и пока не совсем ясным будущим, независимо от их численности и от других показателей, – это важная ценность каждого субъекта РФ, опора его властей, которую надо поддерживать, заботиться о ней, направлять в нужное политикам русло. И только тогда те же власти, те же элиты республик могут получать от жителей своих республик ответную поддержку. Конечно, даже на этих официальных, во много парадных сайтах, невозможно не видеть, что не все республики и народы живут одинаково хорошо. Не везде можно информационно обойти неудовлетворенность населения некоторыми условиями своей жизни (иногда некомфортная или недостаточная плотность населения в республике, иногда бóльшая, по сравнению с другими, смертность, худшая бытовая устроенность, неодинаковая опора на свои республиканские ресурсы, дотационная зависимость от центра).

Но вместе с тем нельзя не отметить, что на большинстве официальных республиканских сайтов выделяется **оптимистическая идея**: «У нас все нормально, мы идем правильным путем. А в дальнейшем у нас будет еще лучше». Именно так, с уверенностью в счастливом будущем своих республик звучат здесь слова республиканских властей и их представителей: *«Мы уверены в будущем прогрессе родной республики и нашего города (Уфы) вместе со всей Россией»* (Башкирия). А в стратегии социально-экономического развития Республики Адыгея до 2025 года записано: *«Храня спокойствие, стабильность, межнациональное и межконфессиональное согласие, Республика Адыгея уверенно идет по пути созидания и с каждым днем набирает темпы экономического роста»*.

Оптимистичное настроение создают и обещания руководства на сайтах Чувашии, Кабардино-Балкарии, Удмуртии и многих других. *«Республика будет выгодно отличаться от других регионов благоустроенностью, ухоженностью, экологическим благополучием. Жители Чувашии, получив хорошее образование и должное воспитание, став духовно и физически развитыми, будут чувствовать свою востребованность и видеть перспективу»*. И в Кабардино-Балкарии считают: *«Мы не намерены сдавать завоеванных позиций и сделаем все возможное для поступательного продвижения по всем направлениям стратегии социально-экономического развития республики. Стратегия развития КБР до 2022 г. сможет сделать экономику республики конкурентоспособной и значительно повысит экономический рейтинг республики среди других субъектов России»*. А в стратегических планах руководства Удмуртии основными направлениями будут инвестиции, инновации, информатизация, предпринимательство, внешнеэкономические связи.

Торжественные обещания, ненавязчивое распространение идей и уверенности в нашем счастливом будущем, преподнесение только позитивных характеристик – все эти известные PR-технологии связаны на этих сайтах только со своими республиками и их народами. Очень редко здесь можно обнаружить идеи о российском народе, о настоящем и будущем России, о единстве республик с Россией и другими

ее регионами. Еще реже на сайтах можно встретить упоминания об общих российских ценностях. Только в исключительных случаях, в момент визитов важных гостей из «центра» в приветственных речах можно видеть примерно такие слова: *«Премьер-министр Правительства РБ отметил, что Москву и Башкортостан объединяет высокая отечественная русская культура, творчество великих ее представителей – Александра Пушкина, Льва Толстого, Антона Чехова, Михаила Нестерова. Они бывали в нашем краю, восхищались им и прославили его в своих произведениях... Дни Москвы в Башкортостане послужат дальнейшему процветанию нашей великой Родины – России».*

И все же очень значимую для республик проблему взаимоотношений их с федеральным центром невозможно обойти даже здесь, на парадных официальных республиканских сайтах. Рассмотрим ее подробнее.

Информация о взаимоотношениях республик с федеральным центром

Одной из важнейших тем, так или иначе освещаемых на официальных сайтах республик, является тема их взаимоотношений с федеральным центром. Этот жизненно важный для каждого современного российского субъекта вопрос связан уже не столько с задачей парадной презентации своих республик, на что в некотором роде и нацелены официальные сайты, сколько с задачей этнополитической. Взаимоотношения республик с федеральным центром страны, с федеральными властями – еще одна, причем очень существенная грань в образе каждой республики. И представлена общественности эта сторона республиканской жизни в каждом случае по-своему. В целом вполне лояльно, хотя в отдельных случаях все же ощущается определенное противопоставление республик и центра.

Федерация – это форма государственного устройства, при которой несколько государственных образований, юридически обладающих определенной политической самостоятельностью, образуют единое государство. При этом федеративные субъекты имеют собственные границы, собственные конституции, законодательные, исполнительные и судебные органы. В федерации распространена единая для всех денежная единица, действует общая федеральная конституция, имеющая верховенство над конституциями региональными. Федерация предполагает сложный, динамичный и порой неоднозначный характер взаимоотношений составляющих ее субъектов и федерального центра. И Россия, где федеративное устройство на сегодняшний день – наиболее оптимальная форма территориальной государственности, один из ярких тому примеров. Стоит подчеркнуть, что федерализм не означает наделение этнических групп «своей» государственностью», а делает институты власти и службы государства более близкими к запросам и интересам культурно-различительных групп, живущих в одном государстве (Тишков 1997: 283). Однако и сейчас, спустя более полутора десятков лет после известного «парада суверенитетов», постсоветский российский федерализм все еще не приобрел достаточную устойчивость, силу и уверенность. Это можно отнести не только к самому федеральному центру, но и к субъектам РФ, которые порой ощущают некоторую недостаточность своих суверенных прав в рамках нынешнего государства, о чем будет сказано ниже¹⁸.

Авторы многих работ по проблемам российского федерализма далеко не всегда согласны с утверждением, что современный федерализм в России – это наиболее оптимальный вариант и уже устоявшееся явление. Рассматривая не только его по-

зитивный опыт, но и определенные издержки, они порой характеризуют его как «эклeктичный», «асимметричный», а порой и не совсем прочный (Подберезкин), а саму Российскую Федерацию называют «унитарной федерацией», «псевдофедерацией» и т.п. Однако другие аналитики считают идею асимметричного федерализма вполне здоровой, поскольку асимметричность можно рассматривать как средство борьбы с сепаратистскими и регионалистскими тенденциями в стране (Там же). Более того, есть убеждение, что российский федерализм *«в его гибких и несимметричных формах должен сохраняться, поскольку он может послужить укреплению государственности в ближайшее десятилетие при выполнении ряда условий доктринального, правового и политического характера»* (Тишков 2001: 141).

Таким образом, информация официального сайта конкретной республики о ее взаимоотношениях с федеральным центром – это еще один из удобных способов публично, от имени своего народа выразить, утвердить и зафиксировать позицию данного субъекта РФ (или его элит) в общественно-политическом и отчасти в экономическом и поликультурном пространстве федеративной России. Здесь можно вспомнить замечание политолога А.Г. Володина о том, что в современной России именно регионы, а не партии чаще всего выступают главными политическими субъектами (Володин 1998: 107–127). Рассматривая образы республик, созданные их идеологами и политиками, нельзя не согласиться с этим утверждением, хотя бы частично.

Взаимоотношения субъектов федерации, в данном случае – республик и федерального центра, как известно, складываются из очень многих компонентов, и они относятся к разным сферам жизни – политической, экономической, этнокультурной. Большинство этих взаимоотношений определены и регламентируются конкретными документами, разграничивающими сферы деятельности субъектов и «центра». Но есть и неурегулированные вопросы, что создает в отношениях определенные трудности. Один из главных вопросов в отношениях федерального центра и субъектов – это степень самостоятельности, а в иной трактовке – степень суверенитета или независимости для каждого региона и полномочий центра в его судьбе. Ученые подчеркивают, что современный федерализм – это процесс и средство перераспределения власти и ресурсов на государственном и межгосударственном уровнях, средство улаживания противоречий и соблюдения интересов, обусловленных региональной и культурной спецификой (Там же: 147).

Анализ информации официальных республиканских сайтов еще раз показывает, что, уверенно подтверждая и утверждая идею о своем статусе в рамках Российской Федерации (иногда с некоторыми нюансами), субъекты все же в ряде принципиальных вопросов отстаивают и свои права на независимость и самостоятельность. Но какова «степень политической заряженности»¹⁹ республиканских образцов? В чем состоят их претензии и пожелания? Через какие элементы информации можно проследить отстаивание и утверждение идеи республиканского суверенитета? В чем можно видеть отличие этого процесса в наши дни от подобного процесса в первые годы постсоветского существования российских республик? Как современные официальные этнореспубликанские элиты позиционируют свои регионы в рамках Российской Федерации после полутора десятков лет своего суверенного развития? Попробуем подробнее рассмотреть эти вопросы.

* * *

В начале 90-х годов прошлого века, сразу после распада СССР, мы проводили очередное исследование прессы российских республик, активно отстаивавших в то время свой суверенитет (Малькова 1994). У нас есть возможность сравнить некоторые нынешние сюжеты с тем, что происходило в российских республиках полтора десятка лет назад. Судя по результатам анализа материалов официальных республиканских сайтов, эта информационная кампания во многом проходит почти также, как и в начале 90-х годов прошлого века. Однако непременно надо подчеркнуть, что эмоционально-пропагандистский накал вокруг этих процессов стал на порядок спокойнее, чем был в то время. Да и актуальной эта тема остается теперь только для республиканских политиков и некоторых представителей творческих этнических элит. Тем не менее анализ материалов, размещенных на официальных сайтах, показывает, что местные идеологи и в наши дни делают пропагандистские акценты на следующих сюжетах.

- Укрепление в массовом сознании идеи о реальности и незыблемости своей этнонациональной государственности (прежде это было внедрение в массовое сознание идеи о необходимости суверенитета, но его конкретное содержание было во многом туманно и непонятно даже ратовавшим за него местным идеологам).

- Утверждение своих интересов, принципов и ценностей, в том числе и через этнореспубликанскую государственную символику (в начале 90-х годов национальная или этнореспубликанская символика только оформлялась, объявлялись конкурсы на создание герба, флага, гимна, велись активные дискуссии о значении разных элементов символики, в том числе и в прессе).

- Духовная и культурная интеграция полиэтничного населения в единую республиканскую общность, пропагандистское доминирование этнорегиональной идентичности над общероссийской (практически не изменилось), распространение в массовом сознании новых концепций этноисторического прошлого своего региона с целью закрепления эмоциональной и политической солидарности жителей республики. И в начале 90-х годов местные идеологи опирались не только на население титульной национальности, хотя в ряде республик активно ратовали за предоставление особого статуса и некоторых преференций именно этому народу, но говорили о суверенитете всего населения республик, подчеркивая их многонациональность. В настоящее время, возможно, в процессе некоторого, даже ослабленного, по сравнению с прошлым, противостояния с федеральным центром и его чиновниками ощущается особый пропагандистский акцент на ценность внутриреспубликанской идентичности, на формирование республиканского патриотизма и регионального самосознания.

- Формирование и укрепление этнореспубликанского оптимизма с помощью идей реального и обещаемого местным руководством успешного социально-экономического развития в будущем, через возрождение (воспевание) этнических культур и героев титульного этноса республики (кстати, в настоящем на большинстве официальных сайтов эти мотивы и идеи заметно приглушены), а также и других местных этнических групп, с помощью информации о миролюбивом сосуществовании различных этносов и конфессий в республике.

- Утверждение и повышение статуса своей республики за счет ее природно-сырьевого потенциала, за счет экологических и других природных преимуществ (включая и туристические достопримечательности).

- Повышение своего престижа суверенной республики в международном пространстве; информация о состоянии своей этнической диаспоры, пропагандистское акцентирование идеи «Наша республика и наши земляки в России и в мире» и др.

Есть определенные изменения и в представлении **образа России**. Если раньше Россия, «центр», «Москва» представлялась местному населению, жителям республики в значительной степени как «наша обидчица», то теперь (на официальном сайте!) эта идея звучит значительно слабее. Более того, мы еще раз подчеркиваем, что если образ России на официальных сайтах республик и присутствует, то он в основном «туманно-негативный». Если раньше, при установлении независимости, Россия представлялась населению республик как опасный противник, ущемляющий их права, то теперь этот образ потускнел, и его отголоски остались лишь в исторических сюжетах, которые и в начале 90-х годов были довольно заметными (Там же: 102). Ниже мы скажем об этом подробнее.

Информация официальных сайтов не дает возможности выделить среди российских республик так называемые группы солидарности, тем более что горизонтальные связи и контакты республик также довольно редко представлены в этих материалах. Иногда эти контакты просматриваются в информации о реализации некоторых общероссийских программ и проектов, в эпизодических упоминаниях о сотрудничестве в области экономики с некоторыми другими российскими регионами и о рейтинге своей республики в ряду других субъектов по отдельным социально-экономическим показателям. В редких случаях говорится и о культурном сотрудничестве между субъектами РФ. Поэтому на сайтах практически не представлено целостное российское общественно-политическое пространство, не видно общегражданских ценностей и персонажей...

А вот **статус своих регионов в составе РФ** представлен на официальных сайтах весьма разнообразно. Сведения и комментарии по проблемам взаимоотношений субъекта и федерального центра чаще всего рассыпаны по разным рубрикам, хотя в отдельных случаях представлены и компактно. Например, на сервере Татарстана выделена специальная страница под названием «Взаимоотношения с федеральным центром»²⁰. В других случаях такие специальные разделы отсутствуют, хотя сама тема и остается для республики актуальной.

Позиционируя свою республику как отдельный, самостоятельный субъект, как государственное образование, хотя и входящее в состав федерации, авторы текстов рассказывают о высших государственных органах республики и ее властных структурах. В некоторых случаях главами республик являются их президенты (Татарстан, Марий Эл, Чувашия, Удмуртия, Адыгея). Заметим, что позднее это было изменено. В других глава так и называется – глава республики (Коми, Мордовия, Карелия), в третьих случаях главой является председатель правительства (Алтай, Тува). На официальных сайтах республик представлены и другие руководящие структуры (парламенты, правительства, законодательные собрания, министерства). Поэтому официальные сайты являются хорошим справочником для всех желающих узнать о республике и ее властных структурах. Подтверждая юридически оформленный суверенный статус республик, авторы сайтов представляют на них и основные государственные документы – декларацию о государственном суверенитете, конституцию республики, договоры о разграничении предметов ведения и о взаимном делегировании полномочий с РФ.

В конституциях республик в разных вариантах записано, например, как в Дагестане: *«Мы – многонациональный народ Республики Дагестан – составная часть многонационального народа Российской Федерации, исторически объединившегося в единое государство, сознавая ответственность за сохранение единства Дагестана... принимаем Конституцию Республики Дагестан...»*. И далее, в Ст. 1 Конституции РД говорится: *«Дагестан – есть единое, демократическое, правовое государство в составе Российской Федерации, выражающее волю и интересы всего многонационального государства»*. Представленные на официальных республиканских сайтах главные документы, по словам авторов текстов, *«составляют правовую базу и фундамент политической стабильности общества, основу экономических реформ»*²¹.

Республики по-разному говорят о своем статусе в рамках РФ. Одни называют себя *государством*, например, Дагестан и Адыгея, другие – *равноправным субъектом РФ* или просто *субъектом РФ* (Коми, Мордовия, Бурятия, Хакасия), третьи – *регионом в составе РФ* (Башкортостан, Татарстан) или *суверенной республикой в составе РФ* (Чувашия, Удмуртия). А Карелия говорит о себе как об *экспортно ориентированном субъекте Федерации*.

Рассматривая и сравнивая информацию о взаимоотношениях республик и центра, прежде всего, отметим, что практически все республиканские идеологи, хоть и в разных формах, но в очередной раз публично утверждают и фиксируют, что их республика это – **субъект Российской Федерации**. При этом нередко подчеркивается, что данная республика – составная часть России и обладает в пространстве РФ полными и равными (равнозначными, одинаковыми) правами с другими ее субъектами. Попутно заметим, что на заре утверждения своих суверенных прав в составе постсоветской России в республиканских СМИ звучали в этой связи оговорки – *«суверенная республика, входящая в обновленную РФ»*, *«самостоятельная республика»*, *«суверенное государство»* и т. д. (Малькова 1994).

Вполне естественно, что при позиционировании (определении) своей республики в российском общественно-политическом пространстве на разных сайтах наблюдаются некоторые лексические (а возможно, и политические) нюансы, которые нельзя не увидеть при сравнительном анализе. Одни республики четко и однозначно называют себя субъектами РФ (Бурятия, Удмуртия, Алтай): *«Республика Бурятия является субъектом РФ и входит в состав Сибирского федерального округа»*. В Конституции Мордовии также четко записано: *«Мы, полномочные представители многонационального народа Российской Федерации, проживающие в республике Мордовия, исходя из ответственности за благополучие граждан, подтверждая свое стремление к сохранению целостности российской Федерации, осознавая Мордовию частью Великой России, принимаем Конституцию Республики Мордовии»*. *«Мы, многонациональный народ Республики Ингушетия, чья память предков, завещавших нам идеалы добра, справедливости и любви к Отечеству, сознавая ответственность за исторические судьбы государственности Ингушетии... принимаем Конституцию»*. На сайте Удмуртии говорится: *«Удмуртская Республика является республикой в составе РФ»*. Но в Конституции Республики, помещенной здесь же на официальном сайте, записано: *«Удмуртская Республика – Удмуртия – государство в составе Российской Федерации, исторически утвердившееся на основе осуществления удмуртской нацией и народом Удмуртии своего неотъемлемого права на самоопределение и самостоятельное осуществление госу-*

дарственной власти на своей территории». «Республика Алтай как субъект РФ имеет свою Конституцию, принятую 7 июня 1997 года...». И в Конституции Якутии также записано: «Мы, многонациональный народ Республики Саха (Якутия), выражая волю к сохранению исторически сложившейся государственности республики, ... считая республику субъектом Российской Федерации на принципах конституционно-договорных отношений, ... уважая вклад предшествующих поколений».

Другие республики говорят о своем положении с некоторыми оговорками: «Республика Башкортостан – регион в составе РФ, названный по имени коренного народа – башкир». В разделе сайта под названием «Политика» авторы пишут, что при составлении текста Договора о разграничении предметов ведения (1994 г.) «были учтены результаты республиканского референдума, когда подавляющее большинство граждан высказались за экономическую самостоятельность республики и ее договорные отношения с Россией». «Республика Адыгея является демократическим правовым государством в составе Российской Федерации... Власть в РА принадлежит ее многонациональному народу». В данных случаях республиканские идеологи в очередной раз (как бы ненавязчиво) напоминают о суверенном статусе республик, об их самостоятельности и независимости²².

Однако даже здесь, в официальном и политически значимом виртуальном пространстве, можно почувствовать и проскальзывающую у некоторых идеологов неудовлетворенность тем статусом, которым обладает в настоящем их республика. Суверенитет, как и прежде, во многом остается не всегда четким и устойчивым понятием и определением для местных и, вероятно, для части российских политиков. Как и в первые годы провозглашения суверенитета, тревога о его судьбе в рамках федерации еще остается и идеологически поддерживается. Общественность российских республик, конечно же, замечает некоторую асимметрию в отношениях с центром и свое неполное равноправие, по сравнению с другими субъектами РФ.

Интересен в этом отношении случай с Чувашией. Представляя свою республику как суверенную в составе РФ, республиканские авторы на сайте считают и подчеркивают, что «современная Чувашская республика, будучи субъектом РФ, не располагает статусом полного суверенного (независимого) государства. Реальное положение Чувашии в составе Российской Федерации соответствует статусу республики с широкой автономией в полном смысле этого понятия». Действительно, даже по прошествии определенного периода это сложнейшее явление понятие – «суверенитет» остается неоднозначным для идеологов, политиков и общественности разных регионов, как это и было в начале 90-х годов, когда республиканские элиты отстаивали свою самостоятельность, активно привлекая к этому население республик (Малькова 1993).

Можно выделить и еще одну группу республиканских сайтов, где местные политики (авторы), упоминая о суверенитете, все же не делают на этом акцент. Возможно, они не придают большого значения таким лексическим нюансам или не считают необходимым отстаивать очевидное: «Татарстан – один из наиболее развитых в экономическом отношении регионов России»; «Республика Карелия расположена на северо-западе РФ и относится к индустриальным, экспортно-ориентированным субъектам Федерации, обладающим многообразным природно-ресурсным потенциалом, сочетающимся с выгодным геополитическим положением». Но время все же делает свое дело, и республиканские идеологи, которые в начале 90-х годов активно отстаивали эту республиканскую ценность – суверенитет, ассо-

цированный в значительной степени с титульным населением республик, в настоящее время (на официальных сайтах республик) уже не акцентируют эту идею. Теперь в официальном общественно-политическом республиканском пространстве живет идея о полиэтничном составе населения республик, хотя этнический признак для жителей и элит республики имеет важное значение (об этом мы уже говорили в соответствующем разделе выше).

Показывая тем или иным способом свой статус равноправного и суверенного субъекта РФ, республики все же не всегда согласны с тем, как иногда складываются их взаимоотношения с федеральным центром. И даже на этом, казалось бы, парадном сайте, не раз проскальзывают **обиды**, относящиеся, по мнению местных элит, к ущемлению их суверенных прав в разных областях жизни. Это еще одна довольно существенная черточка в этнополитических образах (автостереотипах) постсоветских республик. Так, чувашские идеологи, как уже упоминалось выше, не считают свой суверенитет полным. И татарстанские авторы указывают на несправедливые действия «центра» в этнонациональной сфере: *«В последние годы предпринимались действия, направленные на нивелирование национальных особенностей республики, снижения статуса Татарстана. Это проявлялось в требованиях пересмотра некоторых положений новой редакции Конституции Татарстана, дроблении татарского народа на части по религиозным и географическим признакам... Негативные последствия этого решения признаются многими независимыми обозревателями»*²³. Некоторые элементы неудовлетворенности видны и в других республиках. Например, на сайте Башкирии речь также идет о необходимости наполнения суверенитета республик и его расширения.

И особой темой здесь остается трактовка **исторических взаимоотношений республик с Россией**. Отметим, что историческое прошлое своего региона и своих народов республиканские авторы не всегда описывают как общее с Россией. Выше уже упоминалось, что постсоветские республиканские идеологи, пересматривая свое историческое прошлое и конструируя новые историко-культурные мифы, выдвигают новые трактовки своей истории, переоценивают значимые события, ранимируют в общественном сознании забытых этнических героев. И в этой связи нередко роль России и ее целостный образ показывается в их исторической судьбе не только в позитивном свете. К слову сказать, официальные сайты – это не застывшее произведение, и показатель этого – не только новости республики, периодически публикуемые на этом информационном канале. Обилие и разнообразие публикаций на каждом республиканском сайте предполагает и многочисленность авторов, которые, пользуясь разными источниками, порой неодинаково оценивают и интерпретируют некоторые факты. Можно отметить, например, отдельные несовпадения статистической информации, в частности, о национальном составе населения, а иногда и разную трактовку одних и тех же событий.

Прежде всего обращают на себя внимание лексические элементы информации, которые нередко принимают и политические оттенки. Их можно назвать лексико-политическими особенностями информации об исторических отношениях республик и России. Но кроме лексики, обращают на себя внимание и некоторые высказывания – идеи, также имеющие определенный политический подтекст. Например, из этой информации можно узнать, что часть субъектов нынешней России когда-то добровольно вошла в ее состав, другую часть вовлекли в это сообщество насильно. *«Мы добровольно объединились в свое время с Россией»*, – просто говорится на

башкирском сайте. А на чувашском нейтрально сообщается, что чувашаи «вошли в состав России в 1551...». Но дальше подчеркивается, что позднее чувашаи были «насильственно» обращены в православие. На сайте Марий Эл читаем: «В середине XVI века Марийский край был присоединен к Русскому государству. С этого времени его история тесно переплетается с историей России, русского народа, других народов страны». А процесс вхождения Хакасии в состав России был длительным и противоречивым: «В марте 1707 царь Петр I подписал указ о сооружении острога в Хакасии. Этот год и является годом вхождения Хакасии в состав России. В 1718 был построен еще один острог – Саянский для окончательного закрепления Хакасии в составе России». А дальше просто констатируется: «За два столетия территория Хакасии была заселена и освоена русским населением». Недавно в республике торжественно отметили 300-летие добровольного вхождения Хакасии в состав Российского государства.

Идея давнего единства с Россией содержится и на сайте Удмуртии: «Историческое вхождение удмуртского народа в состав России так же, как и других народов Поволжья и Приуралья, проходило поэтапно. Сначала в состав Русского государства вошли северные удмурты. При Иване III (1489) Вятская земля была включена в состав русского государства. Второй этап – с момента взятия Казани Иваном IV (1552), когда южные удмурты, первыми из числа нетатарских народов Казанского ханства, “били челом” о добровольном присоединении к России». И в тексте государственного гимна республики содержится идея о единстве Удмуртии с Россией: «В горе и славе с Россией всегда; Ты – Удмуртия моя!..». Эта идея единства закреплена и в монументальном искусстве. Одной из достопримечательностей столицы республики является памятник «Навеки с Россией», сооруженный в 1983 г. в честь 425-летия добровольного присоединения Удмуртии к России.

Очень сдержанны при описании своих взаимоотношений с федеральным центром авторы официального сайта Карелии. Кстати, автор части этой информации – на тот период глава Республики Карелия С. Катанандов. Здесь на сайте, в разделе, посвященном государственной символике республики, особо подчеркивается свободолюбивый дух населения Карельского края, что и отразилось в местных символах: «В марте 20-х гг. медведь на гербе рвал оковы, что могло символизировать и освобождение от ига России, и просто обретенную самостоятельность... В ноябре 1991 республика была переименована в Республику Карелия, в 93-м г. был принят новый герб».

На сайте Республики Бурятия звучит несколько двусмысленная идея о том, что «установление Россией устойчивых пограничных рубежей привело к обособлению бурятских племен от остального монгольского мира». А на сайте Республики Алтай факт «вхождения алтайцев в состав России» оценивается уже иначе. По мнению авторов информации, это «обеспечило им защиту от иноземных посягательств, спасло их от физического уничтожения циньскими войсками». Но и здесь современные местные идеологи не могут не подчеркнуть определенное недовольство алтайцев, проживавших в составе России: «После перехода под протекторат России алтайцы, совместно с другими народами, населявшими Россию, не раз принимались на борьбу с существующим строем».

Сайт Республики Адыгея в этом отношении более определен. Здесь четко фиксируется и в общественном сознании сохраняется идея, что представители местных народов сами обратились к московским властям с просьбой о присоеди-

нии к русскому государству: «В 1557 часть адыгских князей во главе с верховным князем Кабарды Темрюком Идаровым обращается в Москву с просьбой о присоединении к России...». Но и здесь адыгские авторы не могли не отметить с сожалением, что «с продвижением России на юг ареал проживания адыгов к 30-м годам XIX века сократился до 180 тыс. кв. км». Хотя потом, судя по словам местных историков, «начало возрождения адыгского народа следует отнести к образованию Черкесской (Адыгейской) автономной области в 1922 году». Впоследствии, как известно, новый статус Адыгеи как республики в составе РФ закреплен в июле 1991 г. соответствующим законом.

* * *

Кроме обсуждения проблемы добровольного или насильственного вхождения нынешних республик в состав Российского государства, определенный **налет обиды** проводится идеологами и в других материалах. На сайте Дагестана актуализируются так называемые кавказские войны, в которых проявились «героизм и стойкость горцев, а отвага и военный гений их вождя Шамиля вызвали восхищение мирового сообщества». И здесь упоминается, утверждается в массовом сознании идея, что в результате Кавказской войны «Дагестан был фактически присоединен к Российской империи в качестве Дагестанской области». На этом, однако, «борьба горцев за свою свободу и независимость не прекратилась, в 1877 поднялось новое восстание, которое было жестоко подавлено». И хотя на сайте оцениваются и позитивные стороны присоединения Дагестана к России (приобщение к российской цивилизации и через нее – к европейскому сообществу), все-таки подчеркивается и тот факт, что «республика испытала на себе все отрицательные последствия социально-экономических экспериментов последующих десятилетий...». Другие претензии у Дагестана к экологическому своему состоянию: «Население республики продолжает употреблять потенциально опасную для здоровья воду... и особенную тревогу вызывает накопление промышленных токсичных отходов».

Одна из незаживающих ран народов Калмыкии и Кабардино-Балкарии, которая также актуальна для современных республиканских идеологов, это **проблема депортации**. И эти воспоминания, эта коллективная и незабываемая для населения боль – очень значимая грань в портретах нынешних республик. Образы негативного прошлого, направленно культивируемые местными идеологами, будоражат массовое сознание и становятся образами настоящего и будущего. «В декабре 1943 г. калмыцкий народ был незаконно депортирован в Сибирь. КАССР была упразднена... Нечеловеческие условия жизни и труда многих представителей калмыцкого народа... Годы ссылки до сих пор остались в памяти калмыков временем печали и скорби... Только в 1957 г. справедливость была восстановлена, и калмыки вернулись на родину». Но кроме этой грустной страницы истории, на сайте Калмыкии подчеркивается еще и то, что «культурообразующий народ республики – калмыки, исповедующие буддизм, ...вообще не имели к началу 90-х годов ни молебельного дома, ни хурула. Несколько поколений калмыцкого народа, в том числе и те, кто прошел через невзгоды сибирской ссылки, выросли без духовного ориентира и не имели возможности познания своих национально-культурных истоков».

Особенно эмоционально описывают свои обиды авторы информации на сайте Чечни: «Связанный с распадом СССР и последующими преобразованиями крах базисных ценностей и приоритетов государства и общества, паралич федеральной

власти ввергли миллионы людей в экономический, политический и идеологический хаос, нанесли тяжелый удар межнациональным отношениям. Центробежные, сепаратистские процессы, спровоцированные в стране этими реалиями, получили наиболее опасное развитие в Чеченской Республике... Многонациональный народ Чеченской Республики был насильно выведен из экономического, политико-правового и информационного поля России. Он стал жертвой широкомасштабных военных действий, унесших тысячи жизней, подвергших почти полному уничтожению экономику и социальную инфраструктуру республики, лишивших сотни тысяч граждан жилья и имущества, вынудив многих переселиться в другие регионы России, в ближнее и дальнее зарубежье. ...Тяжелые последствия... резкое нарушение исторически сложившейся национальной структуры населения республики, утрата его полнокровной полиэтничности... массовая безработица ...опасность ее негативного влияния на этнополитическую ситуацию в республике». Чеченские идеологи напоминают об «опасности со стороны экстремистов, сковавающих общественно-политическую активность населения, о сепаратистах, преследующих цель отторгнуть Чеченскую Республику от Российской Федерации». Факторы нестабильности в своей республике чеченские авторы видят и в «античеченской пропаганде и клевете, нагнетаемых отдельными центральными и региональными СМИ, некоторыми политическими деятелями, учеными, писателями, журналистами, в фальсификации истории, в искажении современных реалий и сущностных характеристик чеченского этноса... В результате чеченцы отождествляются с террористами и в регионах России подвергаются необоснованной дискриминации по национальному признаку, что существенно облегчает задачу сепаратистов и экстремистов по пополнению своих рядов, особенно за счет молодых людей из числа оклеветанных, оскорбленных, униженных».

А на сайте Татарстана, где не раз и в разных формах подчеркивается его особый правовой статус, говорится о необходимости соблюдения принципа его исключительности ... Здесь авторы текстов на специальной странице или отдельном сайте сервера, выделенном, как уже говорилось выше, в специальное пространство, неоднократно напоминают: «Народ республики не участвовал ни в одном из проведенных в РФ референдумов и не принял участие в выборах первого президента России в 1990 г., одновременно избрав своего первого президента». Татарстанские идеологи специально подчеркивают, что «в отличие от других республик, в свое время добровольно вошедших в состав России, Татарстан не имеет никаких документов о его вхождении, т.е. Татарстан и Россия к 1990 году не имели никаких юридических документов, связывающих их... Таким образом, в начале 90-х годов создалась ситуация, когда РФ и РТ юридически находились в равных условиях, как два государства». Причем далее очень подробно рассказывается о разных этапах укрепления суверенитета РТ. При этом употребляется выражение «суверенное государство, ассоциированное с РФ на основе договора» (1992).

Итак, и в сегодняшних идеологиях этнонациональных элит, в определенной мере представленных ими на официальных республиканских сайтах, в полной мере сохраняется, а порой и расширяется, мотив непроходящих и незабываемых коллективных обид своих народов за историческую вину Российского государства перед ними. Эти обиды связаны с разными поводами – с насильственным включением несколько веков назад их территорий в состав России, с не всегда добровольным принятием ими православия, с вытеснением или насильственным выселением их с

исконной территории, с ограничением их прав в советское время, с недостаточностью их суверенитета в постсоветский период... Оживляя таким образом и актуализируя эти обиды, еще раз подчеркивая, как их народ страдал от «обижавшего» его Российского государства, республиканские элиты не только будоражат этнические чувства людей, «раскачивают» эмоциональную сферу общества²⁴. Одновременно они сплачивают людей в отдельное сообщество с коллективными воспоминаниями и обидами и провоцируют их на психологическое противостояние России (федеральному центру, русским), которая принесла им столько горя.

* * *

Но при направленном рассмотрении информации официальных республиканских сайтов нельзя еще раз не отметить, что нынешняя Российская Федерация все же представлена здесь очень туманно. Здесь мы можем согласиться с мнением, высказанным Д.Н. Замятиным в его уже не раз упоминавшейся выше интересной книге, о том, что «единый географический образ России “растаскивается” географическими образами ее регионов, теряет свою целостность и эластичность» (Замятин 2006: 199). Можно фиксировать лишь некоторые мелкие штрихи, указывающие на сегодняшнюю связь республик и России. Например, в отдельных случаях на титульных страницах, как уже упоминалось, кроме своих государственных символов (флаг и герб), республики представляют и российские (Бурятия). Или, как на сайте Республики Алтай, отмечается, что по территории республики проходит государственная граница Российской Федерации со странами дальнего зарубежья. На некоторых сайтах даны ссылки на сервер органов государственной власти РФ, созданный федеральным центром страны. На нем также перечислены основные государственные структуры Федерации, карта РФ, государственные символы и другая справочная информация. Но не отражен сегодняшний общий российский фон, тот общественно-политический контекст, в котором в настоящее время живут российские республики в общей Федерации. И это характерно практически для всех республиканских сайтов.

Впрочем, это можно считать естественным, ведь республики в данном случае представляют в Интернете только самих себя. В то же время республиканские идеологи нередко касаются проблем федерализма, который, как уже упоминалось выше, они трактуют не всегда однозначно. Часть республиканских авторов разделяют федерализм на идеальный и федерализм российский. Это звучит на сайте Чувашии, которая, «будучи субъектом РФ, не располагает статусом полного суверенного (независимого) государства». А из некоторых высказываний карельских авторов можно понять, что и они не вполне удовлетворены таким федерализмом, в котором актуализируется только вертикальная ось, то есть взаимодействие регионов с центром, но малое значение придается горизонтальной – продуктивному сотрудничеству республик с другими регионами страны: «Недооценка перспектив сотрудничества с другими регионами страны приводит к недополучению инвестиций в экономику, к сокращению рынков сбыта карельских предприятий, созданию ненужной конкуренции между регионами»²⁵.

На сайте Татарстана специально подчеркивается его особая роль в становлении федерализма и демократии в России, причем, по словам авторов текста, «Татарстан, как наиболее последовательный сторонник федерализма несет груз ответственности за сохранение демократических принципов в российском обществе».

Власти республики отмечают: *«К сожалению, нам порой приходится отстаивать эти позиции чуть ли не в одиночку»*. Впрочем, татарские идеологи соглашаются, что *«не существует доводов для отказа от федерализма в России, но есть немало причин для его укрепления»*²⁶. В другом документе, приведенном на сайте Татарстана, также с гордостью говорится: *«Наша Конституция внесла свой посильный вклад в процесс разграничения полномочий между федеральным центром и субъектами, наполнила реальным содержанием права республики, предоставленные Конституцией РФ. Десятилетний путь по укреплению конституционных основ республики, по созданию правового общества и развитию федерализма, мы прошли достойно. За это время неизмеримо вырос авторитет республики и ее народа, нам есть чем гордиться, и у нас есть ясные перспективы»*²⁷.

Отмечая вклад Татарстана в дело построения федерализма в России, президент Татарстана заметил: *«Весьма противоречиво переходит страна на принципы демократии и подлинного федерализма, ... сказывается унитаристское наследие»*²⁸. Об унитарном правлении в РФ, хоть и в прошлом, напоминают и не забывают (как еще об одной обиде?) и идеологи Башкортостана: *«Тогда, в 90-е годы нужно было выводить страну из унитарной модели государства, разумно перераспределить полномочия между центром и регионами... Теперь ушла в прошлое система, когда по всем вопросам жизнедеятельности, даже самым мелким, нужно было просить разрешение у Москвы»*.

И действительно, одна из идей, которую как бы спонтанно обсуждают на сайтах республиканские авторы, связана с остающимся нереализованным потенциалом российского федерализма. Республиканские политики и идеологи видят этот потенциал в необходимости учета этнорегиональных особенностей субъектов РФ. Идея этнорегионального подхода поддерживается рядом республиканских идеологов. *«Россия – огромная страна, находящаяся в одиннадцати временных поясах, для нее характерно исключительное климатическое, географическое, экономическое, этническое, религиозное разнообразие. В такой стране каждому субъекту следует учитывать свои особенности в местном законодательстве. Это не ослабляет, а укрепляет страну»*, – пишут татарстанские авторы. А башкирские, как бы подхватывая эту идею, отмечают: *«Национальная политика, особенно в многонациональной стране, требует реализма, тщательного учета исторических особенностей регионов, наличия условий для удовлетворения национально-культурных потребностей, сбережения языков и культур»*.

В любом случае, даже «лидеры» российских субъектов (такие как Татарстан) на своих официальных сайтах сходятся во мнении, что не существует доводов для отказа от федерализма в России. Татарстанские идеологи считают и говорят о том, что, *«отстаивая федеративные принципы, мы одновременно выступаем за сохранение демократии, которая и сегодня нуждается в защите»*. И башкирские политики также убеждены, что *«потенциал федерализма еще далеко не исчерпан, и его дальнейшее совершенствование – это стратегический ресурс великой России»*.

Заметим, что если другие российские республики обращаются к истории своих отношений с Российским государством в далеком прошлом, то идеологи на сайте Татарстана не углубляются в далекую историю и делают акцент на последних десятилетиях. Татарстанские идеологи и политики, которых можно условно назвать «политически наиболее заряженными» по сравнению с другими, с успехом используют свой официальный интернет-сайт (портал, сервер) как еще одну, весьма зна-

чимую площадку (трибуну) для идеологических и политических дискуссий о федеративных отношениях в Российской Федерации и о проблемах суверенитета.

Именно на сайте Татарстана выделяются идеи, которые условно можно трактовать следующим образом: «Мы можем менять свою позицию, если считаем, что это разумно». И это уже произошло: *«В предыдущей Конституции было записано, что Татарстан – субъект международного права, что вызвало протесты со стороны Федерального центра... Жизнь показала, что Татарстану вполне достаточно тех полномочий в сфере внешней деятельности, которые он имеет по договору, что и закреплено в новой редакции Конституции».*

* * *

Все, сказанное выше, относится только к политическим взаимоотношениям республик с федеральным центром. Что же касается **экономических** и других аспектов, то здесь картина выглядит иначе. Анализ информации показывает, что в нынешних республиканских идеологиях содержится негласный вывод, который на сегодняшний день условно можно сформулировать так: «Мы вместе с Россией (или в рамках РФ) живем и развиваемся хорошо». Или: «В экономической сфере в составе нынешней России нам живется совсем неплохо». Эта идея просматривается на многих республиканских сайтах (напомним, что материалы сайтов собирались осенью 2008 г., когда всеобщий кризис только набирал обороты). Именно в сфере экономики республики видят и представляют себя частью большого российского пространства. Практически повсеместно экономический образ республик представляется на их официальных сайтах позитивно. Демонстрация своих экономических успехов и потенциала при этом окрашивается яркой лексикой сообщений, подчеркивающих гордость «наиболее развитых», «лучших», «активно работающих» регионов России. И примеров этому на официальных сайтах немало.

- *«Татарстан – один из наиболее развитых в экономическом отношении регионов России... Республика Татарстан входит в число лучших регионов вместе с Москвой, Санкт-Петербургом, Ленинградской, Свердловской и Ярославской областями... Республика вошла в число самых развитых, опорных регионов страны».*

- *«Башкортостан является одним из ведущих индустриальных и сельскохозяйственных регионов РФ».*

- *«Республика Марий Эл активно работает с федеральным центром по привлечению государственных инвестиций по федеральным целевым программам».*

- *«Чувашия, которая была одной из отсталых окраин царской России, превратилась в республику с высокоразвитой промышленностью, механизированным сельским хозяйством, передовой культурой... В 2007 Правительство РФ премировало Чувашию за результаты социально-экономического развития (второе место по России). Премию выдали «за высокое качество управления бюджетом». Всего трем субъектам РФ доверено право обслуживать казначейские счета. Кредитоспособность Чувашской республики, по оценкам мировых рейтинговых агентств, находится на уровне регионов-доноров. Не случайно В. Путин объявил, посетив республику в третий раз, что два региона в стране – Чувашия и Белгородская область «являются лидерами по работе в области национальных проектов»... Такая оценка дорогого стоит и обязывает нас ко многому / ЧР уже много лет находится в числе лидеров по стране в строительстве жилья».*

• «Благодаря своему выгодному геополитическому положению, в XX веке Удмуртия превратилась в крупный центр военно-промышленного комплекса СССР и России ... Из общего объема добытой нефти 96% реализуется за пределами Удмуртии».

• «Карелия успешно интегрируется в российскую и мировую экономику. Экономика и население республики вносит весомый вклад в пополнение валютных запасов России, укрепление рубля, снижение инфляции... Карелия находится на 21-м месте по отношению дефицита к доходам бюджета среди 87 регионов РФ. Республика приближается к профициту бюджета... Мы на 33 месте по интегрированному уровню относительной кредитоспособности. Это говорит о нормальном состоянии бюджета и о том, что республика кредитоспособна. В 2004 г. по этому показателю Карелия занимала 55 место».

• «Тува – один из самых молодых и перспективных регионов России. Базой для привлечения крупных инвестиций в Туву и для развития внешнеэкономических и межрегиональных связей могут стать проекты, связанные с освоением угля, цветных и редких металлов, других полезных ископаемых».

• «В усилении позиции Республики Бурятия в геополитическом и экономическом пространстве России и стран Азиатско-Тихоокеанского региона, в обеспечении ее экономической безопасности решающую роль играет наращивание минерально-сырьевого потенциала».

В приведенных кратких цитатах, разумеется, содержится большой фактический материал, отражающий труд населения республик, умение их руководства организовывать развитие своих регионов... Сказывается и помощь федерального центра в экономических достижениях конкретных регионов. Но все же нельзя забывать и о том, что это – официальный сайт, на котором осуществляется презентация конкретной республики. Это, как известно, предполагает не просто ее официальное представление, а рекламирование наиболее выигрышных ее достижений, создание особенно привлекательного образа для всех заинтересованных лиц, в том числе и для экономических партнеров. Поэтому важной частью данной информации становится повышенохвalebная и комплиментарная лексика публикаций, использование особого приема подачи информации под названием «сияющее обобщение»²⁹.

Рассматривая информацию официальных республиканских сайтов, связанную с экономическим положением и развитием республик, можно отметить и некоторую сдержанность части республиканских идеологов, представляющих свою республику несколько обособленно от остальной России: «Республика Адыгея, став в 1991 г. самостоятельным, полноправным субъектом Российской Федерации, состоялась и экономически, и политически, благодаря доброй воле многонационального народа Адыгеи и его стремлению к благополучию и процветанию»³⁰.

* * *

Одним из ярких проявлений экономических успехов республик и их относительной самостоятельности в рамках РФ является их **международная деятельность**. Она во многом ограничивается экономической, культурной и спортивной сферами, но каждая республика гордится тем, что в этой области у нее немалые успехи. Более того, информация о повышении своего международного авторитета способствует формированию общереспубликанской идентичности, гордости за свой

край, за своих земляков и, в конечном счете, за свое республиканское руководство, на что также нацелен официальный республиканский сайт.

Например, на сайте Карелии, на главной странице представлена карта Европы, которая так и называется «Карелия на карте Европы», на ней выделены все европейские страны и их столицы, причем на российской части выделены две столицы – Москва и Петрозаводск³¹. И дальше не раз подчеркивается, что «*Карелия является приграничным и экспортно ориентированным регионом*», что международное и межрегиональное сотрудничество «*решают задачу по превращению приграничных районов в опорные территории сотрудничества*» России с сопредельными государствами, что «*важным стратегическим партнером в сфере культуры для РК остается ближайший сосед – Финляндия*».

Башкортостан также с гордостью информирует об активном развитии своих внешнеэкономических связей: «*Торговыми партнерами республики выступают 91 страна мира и практически все субъекты РФ*»³². Республика Алтай видит и называет себя «*Российским Тибетом*», находящимся «*в центре Евразии, на стыке нескольких государств, природных зон и культурных миров*».

Экономические связи с зарубежными странами – это одно из важных условий развития республик, и республики, судя по материалам сайтов, не только неплохо реализуют свои права в этом отношении, но и дорожат этими возможностями и гордятся своими успехами в этом направлении. На большинстве сайтов эта сторона жизни российских субъектов освещается, но лидирует в этом отношении и здесь Республика Татарстан. На ее сайте говорится: «*За эти годы Республикой Татарстан были подписаны десятки международных соглашений, установлены рабочие контакты с международными организациями, отработана практика деятельности зарубежных представительств. С МИДом РФ у Татарстана сформировались деловые и уважительные отношения. Федеральный центр признал право Татарстана на международную деятельность, поскольку она не противоречит внешнеполитической стратегии государства ... и направлена в первую очередь на защиту экономических интересов республики*»³³.

О своих успехах и преимуществах в международном пространстве повествуют и другие республики, подчеркивая и таким образом свою значимость в геополитическом и геоэкономическом пространстве³⁴. «*Республика Дагестан занимает выгодное геостратегическое положение, является самым южным регионом России и имеет прямой выход к международным морским путям ... Международный торговый порт... Международный аэропорт... Установлены внешнеторговые отношения с 42 странами... Главная статья экспорта – сырая нефть*». «*В Марий Эл в последние годы серьезный импульс получила внешнеэкономическая деятельность. Ее торговыми партнерами являются 56 стран*». «*Республика Башкортостан активно сотрудничает с 91 страной*». И на сайте Коми рассказывается о многосторонних отношениях со странами СНГ и дальнего зарубежья, с другими регионами Российской Федерации. Здесь приоритетные направления – «*сотрудничество в рамках Баренцева Евро-Арктического региона (БЕАР) по вопросам интеграции регионов Севера в экономике, политике, культуре, образовании, экологии и другом*».

Создавая виртуальный образ экономически успешной республики, красочно описывая богатую и многогранную ее жизнь или лишь сухо информируя о ней в официальных сводках и таблицах, республиканские идеологи и здесь не могут удержаться от оптимистических заявлений (и от распространения идей) о счастли-

вом будущем. И это также одна из составляющих этнореспубликанских идеологий и заметная характеристика подобных сайтов.

- *«В целом, Башкортостан находится на подъеме и уверенно смотрит в завтрашний день... Хорошее, доброе настроение, единство и сплоченность... В этом прекрасном оптимистическом событии тесно переплелись четыре с половиной столетия совместной истории с великой Россией, более чем 90 лет становления нашей государственности и многие замечательные достижения двух последних десятилетий»,* – передаются на сайте слова Президента Башкирии М. Рахимова.

- *«За время, прошедшее с 1920 г., Чувашия совершила поистине мощный взлет – от сохи до космоса, в самом буквальном смысле этих слов... Чувашия, которая была одной из отсталых окраин царской России, превратилась в республику с высокоразвитой промышленностью, механизированным с/х, передовой культурой»* (Празднование Дня Республики, 24 июня 2008 г.).

Некоторые выводы

Изучение серьезных трансформаций, произошедших в стране и ее регионах за постсоветский период, – одно из важных направлений в современном обществоведении. За это время большие и разнообразные изменения произошли не только в реальности, но и в сфере идеологии. Появившийся и широко распространившийся за эти годы Интернет стал, наряду с традиционными СМИ, еще одной важной идеологической площадкой для российских и республиканских элит, по-разному влияющих на общественное сознание. Важным политическим и идеологическим проектом и одним из существенных способов такого влияния на массовое сознание стала презентация своей республики, ее достижений, ее народа и ее руководства в Интернете на **официальных республиканских сайтах**. Созданные в последние годы и работающие в каждой российской республике, эти сайты стали доступными для любого пользователя, в том числе и для научного исследования.

Мы подчеркиваем и при анализе не забываем, что рассмотренная нами информация сайтов 21 российской республики специально и тщательно подготавливалась ее политико-идеологическим аппаратом. Эти материалы (публикации) специально направляются на разную аудиторию – на свое население (которое тоже не однородно), на российское политическое руководство, на российских и зарубежных предпринимателей и бизнесменов, на все общество, проявляющее интерес к данной республике. Целью презентации республик в Интернете является создание и распространение в общественном пространстве их позитивного образа, демонстрация их успешной деятельности, лучших достижений и многогранного потенциала. Все это делается для привлечения общественного внимания, для заявления о своей позиции, для повышения своего статуса, а также для расширения контактов с партнерами и инвесторами.

Рассматривались материалы 2008 г. (докризисный период), когда после 17 лет суверенного постсоветского развития в рамках Российской Федерации республики впервые в такой компактной форме целенаправленно представили себя широкой общественности. В процессе сравнительного исследования выяснилось, что не только российские республики разнообразны по многим своим параметрам, но и подходы их руководства к самопрезентации республик неодинаковы. К настоящему времени, судя по недостаточно подготовленным материалам некоторых сайтов, по-

ка еще не все руководители субъектов оценили Интернет как важный канал формирования и представления миру своего позитивного образа и своей позиции.

Выяснилось, что интернет-образы республик конструируются республиканскими идеологами также, как и в других СМИ, с помощью следующих компонентов: это информация о географическом положении и природных условиях (как правило, замечательных), характеристика населения и его основные демографические и этнокультурные особенности, описание экономических достижений республик и их потенциала, информация об их статусе в РФ, об их взаимоотношениях с федеральным центром и др. Однако, если в СМИ эта информация рассыпана и в пространстве, и во времени, то на здешних официальных сайтах она представлена почти компактно и во многом носит справочно-рекламный характер.

При сравнительном анализе обильной информации на сайтах разных республик обнаружено совпадение некоторых тенденций и форм презентации. Прежде всего, это безусловный идеологический акцент на свою республику, причем исключительно позитивный. Это фиксация в общественном сознании и идеологическое утверждение «своего/нашего», гордость многими «своими/нашими» ценностями, природными и приобретенными. Сходство информации этих каналов проявляется и в том, что они во многом показывают одинаковость народов. Каждый народ, как представляют его республиканские идеологи, любит свою республику, дорожит ей, отстаивает ее ценности и интересы, беспокоится о сохранности ее территории и суверенности, хочет для нее нормальной, мирной и благоустроенной жизни. Люди ценят и развивают свою культуру, хотят помнить свою историю, своих предков и героев, хотят заботиться о ныне живущих и будущих поколениях.

Обнаружена синхронность многих процессов и явлений как в презентации, так и в реальности. Например, бесспорно позитивное отношение к таким ценностям, как свои республиканские границы и их незыблемость, как местные природные условия и сырьевые ресурсы, свое население. Для общественной мобилизации, для укрепления политической солидарности своих граждан практически все российские республиканские элиты в немалой степени используют этнические, этнореспубликанские и региональные мотивы, будоражат этнические и земляческие чувства. Причем заметно повсеместное особое идеологическое внимание к представителям «коренного народа» с его прошлым и настоящим, с его культурой и традициями.

Особое значение республиканскими идеологами придается на сайтах нескольким темам: **природной среде**, в которой живет и развивается республика, и ее природным ресурсам, **социально-экономическому ее состоянию, историческому прошлому края, этничности коренного населения и взаимоотношениям** своей республики с федеральным центром. При этом в большинстве случаев активно используется **эмоциональный** компонент пропаганды или эмоционально акцентированный способ распространения информации.

В представленной обществу официальной информации отражается в целом поступательное развитие практически всех постсоветских российских республик. Это демонстрируется в озвученных на сайтах показателях экономического роста, в развитии социальной, этнокультурной и других сфер жизни республик. При этом экономическое пространство России расценивается здесь как приемлемое для республик. В массовое сознание передаются идеи о том, что каждая республика в последние годы в целом неплохо живет и развивается, что ее руководство – рачительный хозяин и надежный партнер. Авторы стремятся представить выгодные стороны

своих республик и их преимущества – удобное географическое положение, транспортные возможности, природные ресурсы, хорошую экологию... Местные идеологи внушают своему населению и демонстрируют ему и окружающему миру свои возможности, уверенность в том, что «МЫ имеем, что МЫ делаем и, опираясь на свои богатства, еще можем сделать, что МЫ не хуже, а в чем-то и лучше других...». И это повышает чувство самоуважения, дает ощущение большей уверенности и независимости каждой республике, так необходимые ей в период перемен.

Эмоциональная составляющая – также важная особенность самопрезентации республик. Нельзя не видеть, что в республиках продолжается создание и укрепление этнореспубликанских идеологий, происходит заметная психологическая локализация массового сознания. Вместе с тем в пропагандистской деятельности местных элит выявилось и некоторое снижение этноэмоционального накала, который наблюдался в первой половине 90-х годов. Нынешние республиканские идеологии содержат уже привычную систему основных этнореспубликанских ценностей. Это, прежде всего, идея и образ «МЫ». Продолжается создание, закрепление и поддержание в массовом сознании образа «МЫ» на основе «нашей» исторической территории, «нашей» природной среды, незыблемости «наших» границ, «нашей» этнической памяти и истории, материальной и духовной культуры, «наших» этнических диаспор, «наших» нынешних достижений и «нашего» будущего. Этот процесс поддерживается с помощью многих эмоциональных компонентов, в том числе и таких как государственная символика (герб, флаг, гимн), республиканские праздники и награды и др. Повсеместно акцентируется гордость «своей» землей, «своей» республикой, ее народом и его богатой культурой. Отмечаем и тенденцию внедрения в общественное сознание социального оптимизма, который в разных формах поддерживается республиканским руководством. Фактический материал, представленный на сайтах, повсеместно подкрепляется и усиливается восторженной лексикой и иллюстративными материалами о красивейших уголках республики и о ее народе.

На всех сайтах подчеркивается **полиэтничность** населения как, безусловно, позитивный штрих в портрете республики. Однако это касается в основном только информации о составе населения и редких упоминаний о некоторых этнокультурных особенностях наиболее экзотических групп. Фиксируем **нечеткость информации о русском населении**, составляющем во многих российских республиках заметное большинство. А порой на сайтах даже встречаются сообщения о выделении для местных русских субсидий на их культурную жизнь.

Важная часть республиканских идеологий – **акцент на историчность** и глубокие корни титульного этноса республики, на его исконность на этой территории, на его особость. Настойчиво поддерживая историческое самосознание своих народов и распространяя идею о его древности далеко вокруг, местные идеологи в очередной раз мифологизируют и отчасти романтизируют исторический облик коренного этноса. Они видят и находят его историчность во многих элементах духовной и материальной жизни и используют эти факты в общественных событиях, в государственной символической и в национально-культурной жизни. Они инициируют и определенную переоценку своей истории и роли в ней России, одновременно переоценивается и свое положение в глобальном мире.

В ряде республик своеобразными акциями политической мобилизации становятся и так называемые **национальные движения**, в том числе объединения представителей титульного этноса, нередко созданные на профессиональной основе,

а также массовые этнокультурные мероприятия (праздники, фестивали, встречи) с их этноисторической символикой. При всем при этом на сайтах заметны опасения некоторых республик за сохранение этнической самобытности своего населения, и эту тревогу (как еще один этномобилизующий фактор) они распространяют в массовом сознании.

Взаимоотношения с Россией и федеральным центром, а также **проблемы федерализма** – важная, если не важнейшая составная часть современных республиканских идеологий. Практически все республиканские идеологи, хотя и в разных формах утверждают и фиксируют, что их республика – это субъект Российской Федерации. Однако идея полного суверенитета до сих пор остается для местных идеологов актуальной. Часть республик не скрывают стремления к своей государственности в составе России, настаивают на расширении прав республик, на «реальном» федерализме. Они уверяют свой народ, что *«нам нужен полный или реальный суверенитет»*, к которому надо стремиться. Наиболее настойчивыми в дальнейшем совершенствовании российского федерализма остаются идеологи Татарстана, которые и сами с горечью признают, что иногда остаются одинокими в отстаивании своих идей. В основном республики согласны с тем, что российская модель федерализма еще имеет определенный потенциал, и его необходимо развивать, учитывая региональные, исторические и этнические особенности субъектов РФ.

Роль российского государства в современном развитии республик показана на официальных республиканских сайтах очень слабо. Эти сайты никак нельзя назвать каналом или площадкой для формирования общегражданской российской идентичности. Изредка упоминаются вскользь общероссийские национальные проекты, в которых участвует республика, или подчеркивается одно из заметных ее мест в своеобразном рейтинге субъектов. Но нигде не отражен сегодняшний общий российский фон, тот общественно-политический и даже культурный контекст, в котором в настоящее время живут в общей федерации российские республики, не показана помощь, которую оказывают республикам федеральные структуры, очень слабо освещается и горизонтальное взаимодействие субъектов федерации.

В то же время республиканские элиты будоражат общественное сознание напоминаниями о **коллективных обидах республик**, связанных с ответственностью Российского государства за их историческое прошлое. Упоминаются и другие обиды – неудовлетворенность населения некоторыми условиями своей жизни (высокая или, наоборот, низкая плотность населения, большая, чем в других районах, смертность, худшая бытовая устроенность, неодинаковая опора на свои республиканские ресурсы, дотационная зависимость от центра...).

Таким образом, в республиканских идеологиях, частично отраженных в материалах официальных республиканских сайтов, и сегодня остаются значимыми:

- укрепление в массовом сознании идеи о реальности и неизбежности своей этнонациональной государственности;
- утверждение и повышение статуса своей республики за счет ее природно-сырьевого потенциала, нынешних и будущих достижений;
- утверждение своих республиканских интересов, принципов и ценностей в глобальном пространстве, в том числе и через этнореспубликанскую государственную символику, повышение своего престижа суверенной республики в международном пространстве;

- интеграция полиэтничного населения в единую республиканскую общность и неизменное пропагандистское доминирование этнорегиональной идентичности над общероссийской, особый пропагандистский акцент на ценность внутриреспубликанской идентичности, на формирование республиканского патриотизма и регионального самосознания;
- распространение в массовом сознании обновленных концепций этноисторического прошлого своего региона с целью закрепления эмоциональной и политической солидарности жителей республики;
- формирование и укрепление этнореспубликанского оптимизма;
- ослабление публичной критики нынешнего федерального центра и перенос ее на историческое прошлое, а также осязаемое идеологическое игнорирование современного российского контекста и общероссийской идентичности.

¹ Глава из книги «Культура и пространство. Книга первая: Образы российских республик в Интернете» (Малькова, Тишков 2009а). Для настоящего издания сделана новая редакция текста.

² По материалам прессы Саха (Якутии). 2000, октябрь.

³ Концепция имиджевой политики Республики Саха (Якутия) на 2007–2011 годы. URL: <http://www.sakha.gov.ru>. Отметим, что к настоящему времени в республике уже принята новая «Концепция имиджевой политики Республики Саха (Якутия) на 2012–2020 годы». URL: lawmix.ru/zakonodatelstvo/2301525

⁴ См. официальный интернет-портал Республики Карелия. URL: <http://gov.karelia.ru>

⁵ См. официальный интернет-портал Камчатского края. URL: <http://kamgov.ru>

⁶ См., например, работы Д. Замятина (Замятин 1996, 2002, 2006) и др.

⁷ См., например: Бродель 1994; Мельникова 1998; Замятин 1996, 2002, 2006; Подорога 1994, Новиков 1993, Каганский 1997)

⁸ Рассматривая понятие «презентация», мы опирались на материалы ряда сайтов: www.asso-presence.net; www.chugreev.ru и др.

⁹ См. примеч. 3.

¹⁰ Эти вопросы в своих работах поднимали Ю.В. Бромлей, В.И. Козлов, П.И. Кушнер (Кнышев), В.А. Тишков, Н.Н. Чебоксаров и др.

¹¹ Приведены фрагменты из нашей ранней работы, посвященной исследованиям союзных республиканских газет. Многие процессы в общественной жизни того времени (перед распадом СССР) заметно перекликаются с сегодняшними российскими. Подробнее см.: Малькова 1991.

¹² См. также работы Д.Н. Замятина, в частности: Замятин 2002.

¹³ Цит. по: Российская газета. 25.02.1994.

¹⁴ См.: Официальный сайт Республики Татарстан. URL: <http://www.tatar.ru/> (дата обращения: 15.01.2009).

¹⁵ О терминах «пространство созерцания» и «пространство деятельности» см. подробнее: *Чертов Л.Ф.* Пространственная семиотика (программа спецкурса для кафедры социальной философии). URL: <http://www.humanities.edu.ru>

¹⁶ См. примеч. 11.

-
- ¹⁷ Подробнее о способах манипулирования личностью с помощью информации см.: Грачев, Мельник 2002; Почепцов 2001; Дубицкая 1998 и др.
- ¹⁸ По проблемам федерализма существует обширная научная литература. Подробнее об этом см.: Бурматова 2001; Захаров 2008; Иванов 2008; Кутафин 2008; Миронюк 2008; Шевцов 2008 и др.
- ¹⁹ Это образное выражение В.Л. Цымбурского, поддержанное Д.Н. Замятиным при рассмотрении политически заряженных пространственных образов. См.: Цымбурский 1999; Замятин 2006: 197.
- ²⁰ См. примеч. 14. Взаимоотношения с федеральным центром / Департамент внешних связей президента РТ. 1997–2008 гг.
- ²¹ Там же.
- ²² Многие из проблем российского федерализма уже рассмотрены в работах В.А. Тишкова, на которые мы опираемся, и которые остаются актуальными, несмотря на многие изменения, происшедшие в российских реалиях в 2000-е годы. См.: Тишков 2001.
- ²³ См. примеч. 14.
- ²⁴ Это акцентирование обид, нанесенных бывшим противником даже в далеком прошлом, рассматривается психологами как один из способов манипуляции коллективным сознанием. Подробнее об этом см.: Кара-Мурза 2001: 146.
- ²⁵ См. примеч. 4.
- ²⁶ См. примеч. 14. Послание Президента РТ Государственному Совету РТ. 2003 г.
- ²⁷ Десять лет Конституции Татарстана. Обращение Президента М. Шаймиева. 2002. URL: <http://www.tatar.ru/> (дата обращения: 15.01.2009).
- ²⁸ Там же.
- ²⁹ Об этом было сказано выше. Подробнее о приемах подачи информации в СМИ см.: Грачев, Мельник 2002.
- ³⁰ См.: Официальный сайт Республики Адыгея. URL: <http://www.adygheya.ru/>. Поздравление Президента РА с Днем Республики. 5 окт. 2008.
- ³¹ См. примеч. 4. 02.04.2002.
- ³² Башкортостан – Москва: дружба навсегда // Интернет-газета БАШвестЪ. 26.09.2008. URL: <http://www.bashvest.ru>.
- ³³ См. примеч. 14.
- ³⁴ Подобные выводы делает и Н. Замятина, изучавшая образы российских областей. Подробнее см.: Замятина 2002.

САМОЧУВСТВИЕ РОССИЙСКИХ РЕСПУБЛИК ВО ВРЕМЯ КРИЗИСА: МНЕНИЯ РЕСПУБЛИКАНСКОГО РУКОВОДСТВА¹

Нынешний экономический кризис в России (2014–2016 гг.), по мнению многих аналитиков, – один из самых серьезных в ее истории в мирное время. Тревога наблюдается не только в СМИ, но и во всем российском обществе. И не только в связи с активно обсуждаемыми проблемами Украины, Сирии, Турции, не только из-за ужасающих терактов в разных точках земли. Практически каждый россиянин переживает нестабильность и неуверенность и в своей частной жизни, поскольку нельзя не увидеть рост цен на продукты, на ЖКХ, на лечение, на образование и в целом заметное падение уровня жизни и настроения в стране. В данной работе мы попытаемся кратко рассмотреть то, как чувствуют себя в этот беспокойный период российские регионы, и какой настрой задают своему населению через СМИ региональные элиты. Для анализа мы обратились к малоисследованному пока источнику – ежегодным обращениям глав республик к своим парламентам и населению.

Важно отметить, что ежегодные «обращения» или «послания» глав республик – это полностью или фрагментами опубликованные в СМИ довольно большие и однотипные по своей структуре документы, имеющие серьезную общественно-политическую ценность. Они специально готовятся группами высококвалифицированных экспертов. С одной стороны, эти доклады направлены на внутреннюю аудиторию – чиновникам и населению своих республик, а с другой стороны, авторы должны показать свою республику и вышестоящей власти в «нехудшем» свете. Как правило, высшие республиканские управленцы более-менее подробно и даже порой открыто рассказывают о жизни своей республики за последний год, о ее достижениях и о некоторых неудачах, намечают планы на будущее.

Для сравнительного контент-анализа нами были взяты обращения к парламентам глав шести республик – Башкирии, Бурятии, Карелии, Татарстана, Удмуртии и Якутии. Обращения были оглашены в середине – второй половине 2015 г. В это время кризис уже набирал обороты и гласно обсуждался во всем публичном пространстве. Как выяснилось, во всех докладах этому событию главы республик уделили определенное внимание. Каждый оратор традиционно представил свою республику, кратко рассказал о ее успехах и о многих трудностях, с которыми ей пришлось столкнуться в последнее время. При этом идея кризиса и неблагополучия в стране и республике чаще других звучала в обращениях к республиканским парламентам в Бурятии и Удмуртии (по 10 раз), реже – в Якутии (8), Карелии (6), Башкирии (5) и 3 раза в Татарстане. Упоминания о кризисе в текстах выступлений были также неодинаковыми. Подчеркнем, что республиканские авторы, в отличие от центральных аналитиков и экспертов, далеко не всегда используют само слово «кризис». Они находят осторожные, обтекаемые выражения, синонимы, иногда метафоры, иносказания. В лексике документов встречаются такие слова и выражения, как «кризисные явления, ухудшение ситуации, негативные последствия, такое развитие событий, неоднозначная ситуация, возникшие трудности и проблемы, затяжная болтанка в экономике» и т.п. В некоторых случаях авторы доклада подчеркивали внезапность и неожиданность кризисных явлений: «Мы не ожидали, с какими проблемами нам пришлось столкнуться» (Карелия); «Трудно было предугадать такое развитие событий» (Удмуртия); «Возникшие трудности в экономике» (Якутия) и др.

Но кроме **осторожной риторики** о кризисных явлениях в стране и в республике, в текстах выступлений содержатся и другие смысловые элементы. Среди них мы выделили: *объяснения и описания кризиса* в стране и в республике; *наиболее болезненные проблемы*, которые сложились к этому времени в конкретных регионах; *идеи*, которые сопровождают размышления руководства республик; *меры, которые уже принимаются* или должны, по мнению аналитиков, приниматься для смягчения кризисной ситуации; презентацию в этих условиях образов: «*мы – страна*»; «*мы – народ республики*», «*наши успехи*»; «*я – глава республики*» и др. В небольшом разделе мы остановимся лишь на нескольких сюжетах.

В основном **причинами «внезапных» сложностей в стране** и республиках называют *«результаты введения экономических санкций, девальвацию рубля, повышение процентных ставок по кредитам, усиление инфляции»*. Все это, по мнению местных идеологов, *«нанесло серьезный удар по промышленности потребовало от властей республики организации работы по выработке стабилизационных мер»*. Одновременно власти этой республики не скрывают и *«ряд застарелых системных проблем в самой республике, которые требуют принятия неотложных решений»* (Карелия). Власти Бурятии, объясняя сложившуюся ситуацию, также подчеркнули, что *«серьезным фактором, ограничивающим экономический рост субъектов Российской Федерации, стал...кардинально изменившийся характер экономического взаимодействия России с ключевыми западными внешнеэкономическими партнерами. Введенные экономические санкции ограничили доступ к капиталам и технологиям. Резко сократились инвестиции в основной капитал, снизился импорт. Почти в 2 раза упали мировые цены на нефть. Произошла резкая девальвация рубля, которая привела к удорожанию импорта и оборудования в инвестиционных проектах... За счет взаимных санкций и роста курса доллара, выросла инфляция»*. Якутское руководство также подчеркнуло: *«Мы ощущаем замедление инвестиций в основной капитал, снижение доступности финансовых рынков... Затяжная болтанка в глобальной экономике, к сожалению, вносит коррективы в наши планы, тормозит те направления развития, которые еще недавно казались выгодными»*. В докладе руководителя Удмуртии было зафиксировано: *«Сегодня можно уже твердо констатировать, что создалась новая экономическая ситуация. Она заставляет многое переосмыслить в принятых нами планах социально-экономического развития ... Да, кризисные явления в экономике и финансовой сфере – это факт»*.

В аналитических докладах руководителей республик перед своими парламентариями и согражданами традиционно был представлен и облик своей республики и, кроме этого, подчеркнуто показано ее место и значимость для нашей общей страны. Авторы уверенно представляют свои регионы **как неотъемлемые части страны**, как равноправные субъекты Российской Федерации (Карелия, Якутия, Башкирия, Татарстан), показывают их немаловажное значение для России. *«Республика Саха – крупнейший субъект Российской Федерации, была и будет ее оплотом на Дальнем Востоке. При этом Якутия играет заметную роль в российской и международной политике, становится территорией особого внимания с точки зрения освоения Арктики, интеграции в АТР. Мы находимся на острие азиатского вектора развития страны, представляя собой уже далеко не только сырьевой плацдарм, как принято было считать раньше ... В общем, положение республики складывается лучше, чем в среднем по России»*. Руководитель Башкортостана, рассказывая о своей республике, также с гордостью констатировал: *«Впервые респуб-*

лика стала центром важнейших международных событий, площадкой встречи лидеров мировой политики. Саммиты стран ШОС и БРИКС, подписание Уфимской декларации сделали нашу столицу одним из символов формирования конструкции многополярного мира». И для властей Карелии важно было отметить, что «сегодня можно смело сказать, Карелия находится в центре внимания и поддержки руководства нашего государства и ... обеспечивает график выполнения “дорожных карт” указов Президента». Ее руководитель с гордостью отмечает, что «республике удалось вырваться на первые места в общероссийских рейтингах по зимним и активным видам туризма, обойдя такие регионы, как Москва, Санкт-Петербург, Алтай, Камчатка, Бурятия и другие». Неплохая картина была представлена и руководством Бурятии. Как утверждают авторы доклада: «Несмотря на тяжелую экономическую ситуацию, большинство крупных предприятий республики с помощью господдержки продолжили реализацию инвестиционных проектов». И здесь тоже есть предмет для гордости: «Уровень рождаемости в Бурятии значительно выше уровня Российской Федерации и Сибирского федерального округа». Глава Татарстана напомнил: «Татарстан, являясь одним из опорных субъектов Российской Федерации, последовательно поддерживает курс руководства страны на укрепление ее государственности – строительство сильной России... Сегодня Татарстан – самобытный и самодостаточный российский регион... Казань прочно закрепила за собой звание спортивной столицы России... Безусловно, достижения республики – результат труда всех татарстанцев». И Удмуртия, по словам ее руководителя, «из года в год подтверждает свою репутацию одного из самых спокойных и стабильных регионов России в части этноконфессиональных отношений, что... подтвердил и недавно опубликованный рейтинг регионов страны по этому показателю».

В выступлениях руководителей республик показывается их **«отеческая забота»** освоенном населении. Этому способствует довольно частое упоминание в докладах местоимения «мы», подчеркивающего общность власти и народа. Идеи «Мы – народ республики» и «Мы – вместе с народом» присутствуют во всех докладах. При этом используются комплиментарные образы жителей. Так, якутяне представлены как люди, «имеющие стойкий северный характер, честные, искренние, трудолюбивые. Они всегда являлись образцом взаимовыручки и гражданственности, никогда не оставались в стороне». Татарстанцы, по словам их лидера, «стали более сплоченными и сильными, опытными и амбициозными». И в Удмуртии люди, которые хотели прежде поменять место жительства, услышали призывы своих властей и «стали больше верить в возможность достойно реализовать себя в своей республике». В докладах заметно выделяется **идея необходимости консолидации** населения республики и его единения с республиканскими властями. Слова о том, что «власти во всем – вместе с народом республики» дополняются утверждениями: «Мы планомерно движемся к нашей главной цели – росту благосостояния населения республики»; «Мы создаем все условия для участия общества в решении вопросов развития республики»; «Все мы стремимся создать совершенное общество, иметь идеальное правительство»; «Мы ведем достаточно гибкую политику»; «Мы первыми среди регионов внедрились... мы можем двигаться еще быстрее» (Якутия).

Однако российские республики переживают нелегкие времена, все видят и чувствуют это на себе – и это нельзя игнорировать в ежегодных докладах. Нельзя не

увидеть в анализируемых документах и **элементы недовольства**. «Конечно, существуют и проблемы, – отмечают, например, власти Башкирии, – но мы видим в них, прежде всего, перспективы развития, возможность проявить свои лучшие качества – профессионализм и трудолюбие, честность и патриотизм, стремление видеть нашу республику процветающей». И в Якутии сетуют: «Мы вынуждены всегда преодолевать какие-то испытания, барьеры, неурядицы». Здесь авторы как бы спохватываются и объясняют: «Сейчас наша страна находится в сложных условиях давления стран Запада, террористических и экстремистских угроз, экономической неустойчивости. В такой момент очень легко и удобно бросать камни, искать виноватых, жаловаться на проблемы и с возмущением спрашивать: “А почему это происходит с нами? А зачем всё это надо?”... Ответы на подобные вопросы тоже есть в нашем героическом эпосе... В то же время мы – национальная республика, где население всегда более чувствительно воспринимает политические и резонансные события, быстрее реагирует на несправедливость». Таких высказываний в выступлениях руководителей республик встречалось немного, но и их нельзя не замечать. Но оптимистические идеи в посланиях все же доминируют.

С сожалением опуская многочисленные и важные сюжеты в анализируемых документах, остановимся на настрое, или посыле, который лидеры республик направляют в это трудное и неоднозначное время в массовое сознание своего населения. Это – оптимизм. **Идея «Мы выстоим!»** в разных формах присутствует в выступлениях всех руководителей российских республик. «Да, ситуация сейчас неоднозначная, – говорится в якутском послании, – но у нас нет никаких оснований для пессимистических настроений... Якутяне обладают огромным творческим и созидательным потенциалом. Посмотрите, каких впечатляющих успехов мы достигаем в искусстве, спорте, профессиональном мастерстве. Это признак здорового, духовно сильного и талантливого общества, которому по плечу любые задачи». И бурятские власти отмечают, что «в результате реализованных Правительством мероприятий, удалось в значительной мере сгладить влияние кризиса на экономику республики и сохранить положительную динамику основных социально-экономических показателей... И, несмотря на все сложности в экономическом плане, Правительство обеспечило в соответствии с утвержденными дорожными картами выполнение в полном объеме всех “майских” указов Президента РФ». В Удмуртии на сложности смотрят философски: «Да, кризисные явления в экономике и финансовой сфере – это факт. Но от посыпания головы пеплом толку не будет... В последние недели стало работать сложнее. Но бывало в нашей недавней истории и хуже. Если просто сидеть и ждать стабилизации – опоздаете... Умные бизнесмены понимают, что в кризис можно инвестировать с большей отдачей... И, хотя время сегодня непростое, но кризисы приходят и уходят. А любую большую задачу надо ставить загодя и начинать движение к ней без задержки. Кризис – это одновременно возможность создать заделы на будущее». А в Карелии отмечается, что «несмотря ни на что, мы сохранили положительную динамику». Здесь также утверждается, что «макроэкономические показатели дают основания для сдержанного оптимизма, пик спада наша страна прошла. Это не повод расслабляться, напротив, мы должны воспользоваться позитивными сигналами для того, чтобы сохранить наш трудовой потенциал». Башкирское руководство уверено, что «общими усилиями мы сможем успешно решить все поставленные задачи. Возможности и ресурсы для этого колос-

сальные. У нас мощный природный, экономический, кадровый потенциал, надежная социальная инфраструктура, политическая стабильность. Есть высокое доверие людей и широкая общественная поддержка проводимой нами политики... Сообща, вместе мы обязательно сумеем выполнить все намеченные планы и добьемся весомых результатов на благо родного Башкортостана, каждого его жителя». Оптимистичный и мобилизующий призыв звучит также и в обращении лидера Татарстана: «Уважаемые татарстанцы! Мы ставим перед собой масштабные задачи, строим далеко идущие планы. Настоящее и будущее республики зависит от каждого из нас. Татарстан – территория возможностей! Все в наших руках! Сегодня мы как никогда должны быть едины, работать в одной команде на благо республики. Мы можем! Мы вместе!».

Таким образом, анализ традиционных ежегодных обращений республиканского руководства к своим парламентам и населению показал, что кризис 2013–2015 гг., поразивший страну на несколько дальнейших лет, естественно, отразился и на жизни российских республик. Обращения глав республик, специально подготовленные экспертами, были оглашены в середине – второй половине 2015 г., когда кризис еще продолжался. Эти документы, частично опубликованные в СМИ, в определенной степени отразили самочувствие и настрой руководства и очень незначительно – впечатления населения российских регионов. В этот непростой период российские республики уверенно представлялись их руководством как неотъемлемые части страны, переживающие вместе с ней «внезапные» трудности. Большое внимание в текстах выступлений уделено риторике о кризисных явлениях. В отличие от центральных аналитиков и экспертов, республиканские авторы практически не используют слово «кризис». Говоря о причинах «внезапных» сложностей в стране, они находят осторожные, обтекаемые выражения и объясняют эти сложности, скорее, внешними для страны причинами, хотя изредка упоминают и о давних проблемах в собственных регионах. В докладах подчеркивается «отеческая забота» республиканского руководства о своем населении, акцентируется идея их единства и консолидации. Но кроме «осторожной риторики», в текстах обращений присутствуют и некоторые элементы республиканского недовольства складывающейся ситуацией, нарушившей местные планы и проекты. Однако идеи сдержанного оптимизма посланиях все же доминируют: *«пик спада наша страна прошла...»*. В дальнейшем, как известно, время показало, что это не так.

Даже кратко рассмотрев некоторые сюжеты в очень неоднозначном источнике о жизни российских республик в условиях экономического кризиса, связанного, конечно же, не только с санкциями Запада против России, мы можем видеть трудную и сложную жизнь россиян, попытки властей пропагандистски приукрасить и изменить впечатление о ней также, как и отношения между руководством республик и их населением, между руководством республик и федеральным центром.

¹ Текст доклада «Самочувствие российских республик во время кризиса: мнения республиканского руководства» был представлен на V Международной научной конференции «Теоретические проблемы этнической и кросс-культурной психологии». Смоленск, 2016. См.: Малькова 2016б: 104–111. Для настоящего издания сделана новая редакция текста.

«КРЫМ НАШ!» В РОССИЙСКОМ ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ¹

«Крым наш!», «Крым опять в России!» – эта радостная для большинства россиян весть облетела страну и мир в марте 2014 г. «Вхождение Крыма в Россию», «присоединение его к России», «возвращение Крыма домой»... Эти и другие подобные слова российского президента, сообщения СМИ, высказывания и комментарии экспертов, журналистов и миллионов россиян, последовавшие за стремительными действиями России в феврале–марте 2014 г., взбудоражили и продолжают волновать мир вот уже более года. Эти события, радостные для одних, непонятные или возмутительные для других, вызвали много эмоций, порой противоположных, много жарких дискуссий и споров на разных уровнях, в разных аудиториях и оказали огромное влияние на международную расстановку сил, на сам ход мировой истории. Возвращение Крыма в Россию, а точнее – сам процесс и технологии его возвращения и, конечно, его последствия, еще долго будут обсуждаться экспертами и политиками как необычный прецедент, возможно, один из законных (незаконных) примеров для будущего передела мировой истории.

Возвращение Крыма в Россию не только еще сильнее обострило и так сложные взаимоотношения России и Украины, но затронуло и миллионы простых людей разных национальностей и конфессий. Оно стало одним из поводов для усиления противостояния двух соседних стран и для введения антироссийских санкций со стороны многих западных государств.

К настоящему времени уже появилось немало научных работ политологов, правоведов, историков, этнологов², рассматривающих эти исторические события со своих профессиональных позиций. В статьях и монографиях, которых особенно много появилось к первой годовщине этого события, уточняются детали и подробности самого процесса объединения, обсуждаются и комментируются причины и факторы, побудившие большую часть многонационального населения Крыма решиться перейти в состав Российской Федерации. Основные идеи, звучащие в экспертном сообществе, можно свести к тому, что переход Крыма и Севастополя в Россию был обусловлен как долговременными, так и сиюминутными (спонтанными) факторами. Среди них в первую очередь можно выделить демографический фактор, т.е. преобладание на территории Крыма русского населения и безусловное доминирование здесь русского языка. По данным последних переписей населения Крыма, доля русского населения здесь уже много лет превышает 60%, а свободно владеют русским языком практически почти все жители полуострова.

Таблица 1

Динамика численности представителей разных этнических групп в Крыму*

Годы проведения переписи населения	Общая численность населения (абс., тыс. человек)	Доля русского населения (%)	Доля украинского населения (%)	Доля крымско-татарского населения (%)
1989	2430,5	67,0	25,8	1,6
2001	2401,2	60,4	24,0	10,2
2014	2284,8	65,3	15,1	12,1

* Данные взяты из работы Р.А. Старченко (Старченко 2015).

К демографическому фактору присоединяется и ряд этнопсихологических. Уже почти два с половиной столетия Крым был и остается частью «русского мира».

Независимо от многих социально-политических перемен, у большинства населения Крыма (находившегося и в составе Украины) сохранялась историческая и эмоциональная память о принадлежности Крыма и Севастополя к России. Духовная жизнь местного общества во многом проходила под влиянием русской культуры и литературы. Немаловажную роль играли и многочисленные родственные и дружественные связи крымчан и россиян, которые фиксируются в том числе и социологическими исследованиями (Старченко 2015). И наконец, немаловажная роль среди факторов принадлежит и ответной реакции жителей автономного Крыма и Севастополя на принудительную украинизацию всей жизни на полуострове, на отсутствии образовательных и карьерных перспектив для русского населения в условиях периферийности в украинском государстве. К этим факторам можно добавить также и экономические, так как немалая часть крымчан связана с Россией работой, торговлей, курортным бизнесом. Нормальная жизнь требовала политической стабильности, которая наблюдается в этот период в России, в противовес хаосу майданов и переворотов на Украине. Свою роль в таком массовом решении крымчан воссоединиться с Россией сыграла и силовая поддержка с ее стороны, ее идеологические и пропагандистские усилия, обещания и др. Но немаловажное значение имело и желание самой России, ее властей и населения поддержать крымчан и принять Крым и Севастополь в состав Российской Федерации. Все это в той или иной степени затрагивается в указанных работах М. Губогло, Р. Старченко, В. Кряжкова и др.

Поэтому, позитивно оценивая исследования и мнения наших научных коллег, мы предлагаем еще один, несколько иной взгляд не столько на само событие – «возвращение Крыма в родную гавань», сколько на его освещение в российском информационном пространстве, его идеологическую трактовку российскими авторами для внутренней и внешней медийной аудитории. Это была неординарная информационная кампания, которую важно изучать и осмысливать как один из опытов, поводов и ресурсов для формирования общегражданской идентичности и всенародного единения, для сохранения целостности и безопасности страны.

В самом деле, события на Украине и в Крыму с той или иной степенью достоверности и сочувствия освещались и комментировались российскими и мировыми средствами массовой информации. В этот период в разных СМИ пропаганда была очень активной. Идеологами разных уровней были мобилизованы многие информационные ресурсы и технологии, чтобы оправдать, осудить или даже замолчать это важнейшее на сегодняшний день общественно-политическое событие в российской истории. Возвращение Крыма в Россию стало особым поводом, на фоне которого, несмотря на его определенную спонтанность, российской общественностью должны были быть также мобилизованы многие исторические и современные аргументы, озвучены взгляды и позиции разных политических и общественных групп и использованы для этого многие информационные ресурсы и технологии. И средства массовой информации нашей страны должны были сыграть в этот период особенно ответственную социальную и гражданскую роль.

В данной работе мы видим своей целью анализ информации российской прессы, показывавшей в марте 2014 г. процесс возвращения Крыма, комментировавшей этапы и результаты этого процесса, рассказывавшей о реакции российского экспертного сообщества и населения на эти события. Мы считали важным увидеть деятельность сегодняшней российской прессы, направленную на защиту российских инте-

ресов, на использование этого события для сплочения и единения российского народа, на формирование и поддержание общероссийской идентичности и патриотизма.

* * *

Как известно, традиционные СМИ и стремительно развивающийся Интернет являются одной из важнейших составляющих современного общественного пространства. И все эти информационные каналы и их технические возможности активно используют в своих интересах политики, бизнес-структуры и другие заинтересованные группы. Распространяя ту или иную информацию в публичном пространстве, разные каналы массовой информации выполняют при этом как созидательные для общества, так и некоторые деструктивные функции. СМИ могут мить или ссорить отдельных людей и целые страны, могут радовать их и огорчать, созидать и разрушать. Транслируемая в массовое сознание информация, конечно, неслучайна. Она специально отбирается коммуникаторами и подготавливается для целевой аудитории. Распространяя ту или иную информацию, СМИ как бы вовлекают людей в определенные ситуации, при этом интерпретируют ее в выгодном для коммуникатора свете (Почепцов 2001: 45). Публикации разного рода, а тем более информационные кампании, нацелены на то, чтобы способствовать формированию у читателей, зрителей, слушателей определенных взглядов и представлений о предметах или явлениях, о событиях и людях. Они направлены и на то, чтобы помочь формированию у них «нужного» коммуникатору общественного мнения. Это относится к информации практически обо всех сферах жизни, включая хрупкую сферу межэтнического и межгосударственного взаимодействия и всех процессов общественного развития. Воистину справедливым кажется известное выражение А.Н. Радищева, сказанное им по другому поводу, но которое с успехом можно применить и к нынешним средствам массовой информации: *«Чудище обло, озорно, огромно, стозевно и лайй»*³. Тем не менее, и скорее всего, именно поэтому во все времена деятельность СМИ притягивала к себе пристальное и заинтересованное общественное внимание. И именно поэтому необходимо рассмотреть и проанализировать важную для единения россиян, для формирования их общегражданской идентичности деятельность современных нам российских СМИ в связи с возвращением Крыма в Россию.

Крымские события в центральной прессе

Выбор источников для нашей работы в огромном информационном пространстве был не прост. Автор осознает, что печатные СМИ, на которых мы остановились, вытесняемые в последние десятилетия так называемыми новыми электронными информканалами, заметно теряют свои ведущие в прошлом позиции в формировании общественного сознания. И этот процесс из-за бурного развития информационных технологий, по-видимому, уже необратим. Тиражи, как один из показателей влияния на массовое сознание, падают во всем мире даже у самых известных газет. Некоторые издания совсем закрываются, а многие переходят на электронные версии. Тем не менее немалая часть периодических изданий, в том числе и в нашей стране, все еще остается важным инструментом формирования массовых ориентаций и представлений людей, одним из важных механизмов влияния властей и других управляющих групп на общественные процессы. А для экспертного сообщества печатные газетные издания остаются одним из важных источников текущей ин-

формации. Они показывают с разных ракурсов не только сами события, но и одно-моментную реакцию на них со стороны властей, профессиональных политологов, комментаторов и всей массовой аудитории. Для рассмотрения указанных информационных процессов мы посчитали важным исследовать с помощью контент-анализа деятельность (информацию) разных по своей направленности газетных изданий, чтобы увидеть их интерпретацию этого яркого для страны события и на его фоне – организацию нового импульса для консолидации и единения граждан России. Работа состоит из двух частей: в первой рассматриваются материалы центральных газетных изданий, а во второй – газеты республик России. В качестве источников в первой части работы были взяты центральные (федеральные) газеты «Комсомольская правда», «Аргументы недели» и «Советская Россия»⁴.

«Комсомольская правда» («Комсомолка», КП) – молодежная газета, одно из старейших и авторитетнейших изданий, очень популярное в прошлые десятилетия. И в настоящее время, несмотря на заметные изменения в своей направленности, оно остается достаточно востребованным во всех регионах страны. В разные дни тираж этой газеты различен – от 155 тыс. экз. в понедельник до 342 тыс. экз. в четверг («толстушка»). И за рубежом эта газета выходит в 48 странах мира тиражом около 1 млн экз.⁵. **«Аргументы недели» (АН)** – «независимая социально-аналитическая газета», еженедельник. Его тираж – 587 тыс. экз. в России (в т.ч. в Москве – 125 тыс. экз.). По свидетельству самой газеты, в ней публикуются «актуальные интервью и журналистские расследования, тайны спецслужб и сенсационные страницы истории». При такой направленности нам было бы интересно увидеть позицию авторов этого издания и в крымском вопросе. Исследовалась также и газета **«Советская Россия» (СР)** – наследница бывшего коммунистического издания под этим же названием, позиционирующая себя сегодня как «независимая народная газета». Эта газета, тираж которой в России и СНГ – 300 тыс. экз., известна как орган и трибуна КПРФ – одной из партий парламентской оппозиции в стране.

Контент-анализу подверглись газетные выпуски за март 2014 г. – основной период, когда крымские события почти открыто развивались и комментировались «по горячим следам», а их освещение в СМИ было особенно интенсивным.

Результаты анализа центральных (общефедеральных) изданий, а также впечатления от их публикаций в этот период тревог и радости оказались довольно разнообразными. Все три федеральных издания, кроме обычной информации о текущей жизни, довольно много внимания уделяли бурным событиям на Украине, на киевском майдане, пристально следили и за самим процессом, разворачивающимся в Крыму, и за всем, что происходило вокруг этих событий в мире.

Интерес нашей прессы к событиям в соседней стране объясняется многими причинами. Во-первых, драматические события на центральной площади столицы любого государства не могут оставаться в наши дни незамеченными любыми каналами СМИ, тем более если речь идет о нашей дружественной соседней стране, которая исторически много веков подряд связана с Россией. Во-вторых, люди борются за свои права, в них стреляют, их убивают, правительство свергают, президент скрывается, в стране неразбериха... И все это происходит на наших глазах, в центре Европы, буквально рядом с нашим домом. Любая страна и ее СМИ не могут оставаться равнодушными к этим событиям, хотя бы в целях собственной безопасности. И, наконец, в-третьих, Украина и Россия населены в основном славянскими народами, говорящими на близких языках, живущими столетиями рядом, имеющими во

многим близкие традиции и нередко создающими межнациональные семьи. Многие украинцы живут в России, а русские и другие россияне живут на Украине. У многих жителей России и Украины остаются родственники и друзья в соседних странах. Кто же может безразлично отнестись к их судьбе и к судьбе их страны?! И средства массовой информации обеих стран, конечно же, никак не могут оставить эти события без своего внимания.



Российские газеты с откликами на возвращение Крыма в состав России

Но кроме обычных человеческих и гуманитарных причин, в деятельность СМИ с обеих сторон включаются политические и бизнес-группы, имеющие свои интересы и немалое влияние на происходящие события также, как и на все каналы СМИ. Разные группы влияния противостоят друг другу, их интересы сталкиваются на узких политических, экономических и даже этноконфессиональных площадках. Некоторые из противников (с обеих сторон) прямо заинтересованы в продолжении хаоса и беспорядков на Украине. В процессе борьбы за власть, за ресурсы, за электорат и в СМИ идет интенсивная и порой циничная информационная война. Обе стороны очерняют друг друга, манипулируют общественным мнением, используя разные информационные технологии – мифологизацию истории с привлечением риторики холодной войны и «языка вражды», вбросы и утечки информации, ее передергивания и искажения, замалчивания или, наоборот, необоснованную акцентацию отдельных событий. В процессе этих «информационных игр» создаются и транслируются в общественное пространство сфабрикованные образы: «эта страна – агрессор, а эта страна – жертва» или наоборот. В развитии событий, на фоне страданий простых людей направленно, с помощью СМИ у населения формируются массовые представления о том, что, с одной стороны, «**мы** хотим мира и благополучия, но **они** не дают нам такой возможности», а с другой – «**мы** защищаем и хотим спасти своих близких, братский нам народ, восстанавливаем историческую справедливость, но нас не понимают и несправедливо обвиняют». Деятельность СМИ в этих условиях становится огромным политическим (и психологическим) проектом, важным явлением противостояния разных общественно-политических групп и фактором нового миростроительства не только для России и Украины, но и для многих их сторонников в других странах.

* * *

Как же все начиналось? Точек отсчета процесса присоединения Крыма может быть несколько. Это могут быть плановые учения российских войск в центре нашей страны в феврале 2014 г., о чем довольно скупо рассказывала наша пресса. Это мо-

гут быть и кровавые события на киевском майдане в предшествующие месяцы. Но это может быть и само беспрецедентное для россиян событие 1954 г. – «подарок» Крымской области братской республике от имени России. Так или иначе, события января–марта 2014 г. в Киеве привлекли огромное внимание мировой общественности, в том числе и СМИ во всех странах. А для России это было особенно важно. Бурные дискуссии в разных аудиториях, комментарии в СМИ навсегда остаются запечатленными на газетных страницах.

«Сильный шаг! Единственно верный! ...Президент России В.В. Путин принял геополитический вызов Запада... Они устанавливают беззаконие, отрывают Украину от России, стремясь сделать ее слабым, но враждебным государством по отношению к нашей стране. Налицо явное иностранное вмешательство», – приводит «Советская Россия» комментарии генерал-полковника Л.Г. Ивашова о февральских военных учениях на западе и в центре России (1 марта). В газете обсуждаются острые и актуальные на тот момент вопросы: *«Надо ли вводить российские войска на Украину?»* (М. Задорнов. 4 марта); *«Должна ли Россия вмешиваться в украинские события?»* (М. Кожемякин. 6 марта). Другие авторы советуют: *«Успокоиться и сделать шаг назад»* (перепечатка в СР из газеты «Гардиан» (4 марта). Наблюдатели фиксируют вокруг этих событий *«истерию и эйфорию»* (А. Фролов. 4 марта). Здесь же звучат разные мнения и комментарии, связанные со сменой украинской власти: *«Не о чем говорить с нелегитимной властью в Киеве»* (6 марта).

В России, взбудораженной тревожными сообщениями, в начале марта уже *«идут митинги в защиту братьев-украинцев»* (СР. 6 марта), проводятся *«акты солидарности по всей России»*. Сообщается, что *«начался сбор средств для крымчан»* (12 марта и др.), эксперты спорят: *«Как будут развиваться события и сыграют ли в них ключевую роль США?»* (Л. Ивашов. СР. 1 марта).

Постепенно, примерно с первых дней марта 2014 г. в разных изданиях внимание наблюдателей и комментаторов стало смещаться с громких событий на киевском майдане в сторону Крыма. Обращаясь к историческому прошлому страны, все газеты, хоть и кратко, фрагментарно, но озвучивали идею: *«Крым издавна был частью России»*. Некоторые журналисты пытались объяснить право России вернуть эту землю и ее народ под свое крыло. Авторы газетных сообщений искали аналогии в мировой истории, вспоминали историю самой России и Украины, указывали на абсурдность и несправедливость *«подарка Хрущева»*. Другие задумывались о том, что ждет Россию и ее регионы в будущем. Наиболее активно эту *«историческо-философскую»* и политическую тему развивали журналисты в газете *«Аргументы недели»*. Еще в конце февраля в этой газете на первой странице появляется фото и анонс статьи *«Как Никита Хрущев подарил Крымскую землю с парой миллионов душ»* (Дежкин Г. Крым сдал. Крым принял. АН. 27 фев.). Развивая эту тему, главный редактор газеты А. Угланов пишет в одной из передовиц: *«Территории, как и люди, приходят и уходят. Отделение от нелюбимой родины-матери... Это и Шотландия (пока в составе Великобритании), и Каталония (ныне – провинция Испании), и франкоязычный Квебек (все еще канадский). Из-под каблука английской королевы отчаливает Новая Зеландия, на очереди Австралия»* (13–19 марта). Даже после референдума в Крыму тема территориально-политических изменений мирового пространства в газете продолжается: *«В марте 1654 царь Алексей Михайлович и боярская Дума утвердили “мартовские статьи” Богдана Хмельницкого. В результате чего*

Москва соглашалась на союз с Украиной» (Дежкин Г. Когда Украина была Крымом. 360 лет как Москва приняла Украину «под высокую государскую руку». 20 марта).

В мартовские дни 2014 г. в центральных российских газетах можно выделить еще несколько основных идей: *«В Крыму живут наши люди, и их судьба нас очень беспокоит»*; *«Америка легко признала далекое Косово, а мы мнемся и жмемся, хотя восставшие в Крыму – это родные, это русский язык, историческая наша судьба»* (СР. 1 марта). В газетах появляются и повторяются идеи: *«Крым в составе Украины находится незаконно»*, *«Мы восстанавливаем историческую справедливость»* (КП. 20, 27, 31 марта; АН. 27 марта). Все эти утверждения, несомненно, находят понимание в российском общественном мнении. Развивая тему исторической справедливости, газеты помещают воспоминания и объяснения близких к Хрущеву людей (его сына – С. Хрущева, его зятя – А. Аджубея), которые утверждают, что вины Хрущева здесь нет, поскольку Крымская область была передана Украине символически, *«как символ вечной дружбы двух народов в одном государстве»*. Звучат также и обвинения в адрес Б.Н. Ельцина, который во время распада СССР не потребовал возвращения Крыма в Россию (КП. 21 марта).

И наконец, в прессе озвучивается еще одно явление, оставшееся некоторое время для многих россиян неизвестным, – появление в Крыму *«вежливых людей»*. *«В ночь на 27 февраля большая группа очень корректных, но до зубов вооруженных бойцов взяла под контроль здания Верховного Совета и Совета Министров Крыма. На следующий день другие “вежливые люди” заняли аэропорт Симферополя и блокировали военный аэродром в Бельбеке. Затем поголовье “вежливых” начало расти большими темпами, и их стали видеть в портах, на поездах в Крым через перешеек. Эти отлично вооруженные и оснащенные бойцы уже были одеты не в форму № 8 (что сперли – то носим), а в “пиксельную флору российской армии”. Только вот ни шевронов, ни знаков различия на форме нет – все на липучках и быстро снимается. Всеми были отмечены запредельная корректность и вежливость этих бойцов. Термин “вежливые люди” моментально стал общепринятым в Интернете и прессе. Все местные знают, что речь идет о российских военных, но официально это не признается»* (Вяткин Я. «Вежливые люди» как секретное оружие России. АН. 6 марта).



(<https://img-fotki.yandex.ru/get/9315/>)



(<http://ruskombat.info>)

«Вежливые люди» в Крыму (иллюстрации из Интернета)

В этот период в нашей прессе несколько выделяется или акцентируется тема «русскости и русскости», в частности подчеркивается идея, что «мы – россияне или русские, и мы **должны** защищать своих». В выступлениях президента страны В.В. Путина, публикуемых в разных изданиях, выделяются идеи: *«Русский народ*

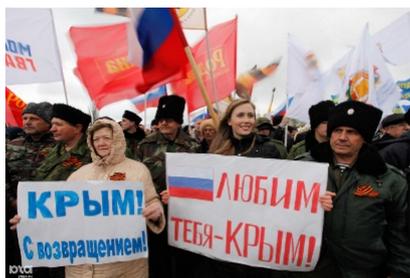
стал самым большим разделенным народом в мире»; «Нас пытались лишить исторической памяти»; «Мы не вводим на полуостров войска»; «Албанцам в Косово можно, а русским и украинцам запрещается?!» (КП. 19 марта). В защиту прав русских и других россиян на Украине выступают на страницах газет публичные люди и представители общественных организаций. Так, еще в начале марта участники конференции Союза «Чернобыль» обратились к гражданам Украины, подчеркивая, что многие из них отдали свои жизни за спасение людей на Украине во время Чернобыльской катастрофы. А теперь «бандитские выкорымыши глумятся над русским народом Украины, унижая его, лишая русского языка, устраивая погромы, убивая мирных граждан... Мы негодуем, возмущаемся варварством, происходящим на Украине» (СР. 1 марта). Продолжая тему защиты русских людей, российский писатель С. Шаргунов в публикации «Последний шанс?» эмоционально восклицает: «Неужели в Крыму будет литься кровь? Неужели начнут убивать русских, всех тех, кто хочет быть с нами? Тех, кто за нас? Уже бьют, а местная милиция ничего не может поделать. Или в ближайшее время арестуют всех, поднявших российский флаг? А Россия? Промолчит? Допустит? Не защитит? А если все же начнется? Если завтра беда? ... Ведь все равно, в Крым потянутся русские добровольцы, все равно в конфликт будут втянуты офицеры ЧФ. Или их эвакуируют вместе с флотом?» (СР. 1 марта). 12 марта «Советская Россия» помещает еще одно эмоциональное обращение писателей России. В нем также упоминается о незаконном запрете русского языка на Украине, «обо всех, кто говорит по-русски, о том, что весь русский мир, все народы России и братской Украины имеют надежную защиту в лице президента В.В. Путина». В этих публикациях нам видятся некоторые аналогии с выступлениями советских газет времен Великой Отечественной войны. В самые тяжелые ее дни наши знаменитые советские писатели – А. Толстой, И. Эренбург, Л. Леонов, С. Сергеев-Ценский и другие выступали в прессе с такими же пылкими и эмоциональными статьями, призывая русских людей, весь советский народ к защите своей родины и ее истории. И это навсегда зафиксировано отечественной прессой (Малькова, Тишков 2002: 263–308).

Подготовка и проведение референдума. Перед референдумом в Крыму тревога в информационном пространстве явно усиливается. Один из авторов «Советской России» задает на ее страницах вопрос: «Как будут развиваться события в Крыму и сыграют ли в них ключевую роль США?» (12 марта). И отвечает, что силовой вариант вероятен. В это же время в газете «Аргументы недели» также обсуждают вопрос: решится ли Киев напасть на Крым? Газета пишет, что «чем ближе к референдуму в Крыму 16 марта, тем больше и больше тревожных вестей приходит с Украины. По всем признакам, Киев Яценюка и Яроша планирует попытку срыва референдума и решение крымской проблемы военным путем» (Вяткин Я. Решится ли Киев напасть на Крым? 13–19 марта). А в другом издании в эти дни с комсомольским задором обсуждаются вопросы: «Как Россия и Украина Черноморский флот делили», сообщается о том, что «майdan хотели устроить в Москве за 30 тысяч \$....и обещали, что “всем незаконным формированиям дадим возможность покинуть Крым без оружия”» (КП. 13 марта).

События в эти дни развивались очень быстро. 11 марта 2014 г. Верховный Совет Автономной Республики Крым и Севастопольский городской совет приняли декларацию о независимости Автономной Республики Крым и города Севастополя. И несмотря на

проведен в назначенный день – 16 марта. Крымчанам были предложены два вопроса: «Вхождение Крыма в состав России в качестве субъекта федерации» или «Восстановление Конституции 1992 г. при сохранении Крыма в составе Украины»⁶. В результате, по официально опубликованным данным, на территории АР Крым 96,77% проголосовавших высказались за присоединение Крыма к России, в Севастополе – 95,6%⁷. 17 марта результаты референдума были утверждены Верховным Советом Автономной Республики Крым и Городским советом Севастополя. Этот процесс и некоторые механизмы проведения референдума подробно описаны в упоминавшейся выше монографии М.Н. Губогло (Губогло 2014: 112–123).

В «Комсомольской правде» в этот период появляются тревожно-насмешливые сообщения: «Севастополь снова занял оборону. Теперь – от провокаторов» (14 марта); «Передайте Обаме – Крым и Севастополь могли войти в Россию еще 20 лет назад» (Р. Хасбулатов. 14 марта); «Не продадим Крым Западу!» (14 марта); «Шотландии можно, а Крыму нельзя?!» (15 марта)... Но тревога в нашей стране все же ощущалась, и газеты ее поддерживали: «В Крым едут фальшивые милиционеры из Киева, чтобы сорвать референдум»; «Приезд евромайдаповцев в Донецк закончился кровью» (КП. 15 марта). Призывы «Вперед Крым! Вперед Россия! Ни шагу назад!» звучали в нашей прессе перед самым референдумом (СР. 15 марта). Одновременно «Комсомольская правда» сообщала о том, что американский эсминец вошел в Черное море и направляется к Крыму. «Что у него на уме? Кто ж знает?», – задает вопрос автор публикации «Черноморский таран» (КП. 13–20 марта).



(<https://proza.ru/pics/2019/12/25/73.jpg>)



(<https://cdn.fishki.net/upload/post/>)

Радость и эйфория после референдума. И вот СМИ оповестили: «Крымчане сказали: “Да! Возвращаемся на родину!”. Ошеломляющий итог референдума: почти 97% высказались за присоединение Крыма к России!». Так восклицает «Советская Россия», которая посвятила этому событию целую серию публикаций (18, 20, 22 марта). Дальше события развивались еще более стремительно. В понедельник, 17 марта, Верховный Совет автономии провозгласил Крым независимым суверенным государством. В газетах появляются эмоциональные публикации: «Крым с нами!»; «Пробуждение от летаргии. Мы спасаем Крым или Крым спасает нас» (СР. 20 марта). «Россия узаконила волю крымчан»; «Запад обескуражен»; «КПРФ голосует за Крым и Севастополь» (СР. 22 марта). Это радостное событие стало еще одним импульсом для всплеска народного творчества, в газетах появляются не только лозунги, но и стихи, и частушки: «Русофобы на Майдане // Чеботами топали // Крым в итоге потеряли // Вместе с Севастополем». Эту частушку О. Джигиля из Краснодара опубликовала «Советская Россия» (18 марта).

А газета «Аргументы недели» после референдума констатирует: *«Российское руководство, едва ли не впервые, робко, непоследовательно и частично, но защитило интересы своей страны. Началось ее воссоединение, разорванное либеральными реформаторами... Путин вдруг получил шанс попасть в историю достойным подобием Екатерины Великой. Идет возвращение России к своим историческим границам, хоть и в одной точке...»* (20 марта). «Комсомольская правда» цитирует российского президента, выступавшего в эти дни перед Федеральным Собранием. *«Мы не могли оставить жителей Крыма в беде. Это было бы предательством, – заявил В.В. Путин. – Это наша история и гордость. Нас пытались решить исторической памяти».* И добавляет: *«Албанцам в Косово можно, а русским и украинцам запрещается?!»* (19 марта). «Советская Россия» также публикует выдержки из выступления В.В. Путина в Кремле: *«Надо знать историю Крыма, знать, что значит Россия для Крыма и Крым для России. В Крыму буквально все пронизано нашей историей и гордостью. Здесь древний Херсонес, где принял крещение святой князь Владимир. В Крыму могилы русских солдат, мужеством которых Крым был взят в 1783г. под российскую державу. Крым – это Севастополь, город-легенда, город великой судьбы, город-крепость»* (18 марта). «Аргументы недели» поместили ликующий комментарий лидера ЛДПР В. Жириновского: *«Присоединение Крыма – уникальное событие. Впервые за долгое время русский человек услышал слова: Вошли в состав России! Сто лет от нас уходили и отделялись. А тут – принимаем! Наше пробуждение – страшная вещь для Запада... Сам факт объединения России с Крымом – очередное геополитическое поражение, которое терпят Штаты»* (27 марта).

В эти дни центральные газеты были переполнены восторженными публикациями: «Советская Россия» восклицала: *«Крым с нами!», «День воссоединения», «Снова вместе», «Исторический акт», «Столько лет ждали!»* (20 марта); *«Россия узаконила волю крымчан», «Запад обескуражен», «Крым и нам дает шанс», «Более 70 воинских частей Украины перешли под российский флаг»* (22 марта); *«Товарищ, смелее гони Бандеру в шею!»* (25 марта); *«Донецк, Одесса, Крым! Вместе победим!»* (1 апреля). «Комсомольская правда» также распространяла радость в общественном пространстве: *«Крым возвратился в Россию!», «Севастопольцы, ура! Возвращаемся домой!», «Крым уверен на все 93% – он часть России!», «Все легитимно, вне всякого сомнения!»* (17 марта); *«Крым, ты наш, а мы – твои», «За воссоединение с Россией – 96,77% крымчан!», «Большинство россиян за возвращение полуострова!», «Крым проснулся без Украины», «В Киеве так ничего и не поняли», «Донбасс мечтает о мамушке-России и готовит вилы – встречать бандеровцев», «Мы сделали это! Мы вернулись домой!»* (18 марта); *«Боевые дельфины перешли на сторону России. Потому что умные», «Крым проголосовал за присоединение. Что дальше?»* (27 марта).

Подводя некоторые итоги этому этапу присоединения, еженедельник «Аргументы недели» писал в эти дни: *«В Москве подписан Договор о вхождении Республики Крым и города Севастополь в состав субъектов Российской Федерации. Все произошло стремительно. Мировой шок от этого события можно сравнить разве что с разрушением башен-близнецов в Нью-Йорке. Глобальный миропорядок в одночасье изменился»* (Угланов А. Передовая статья. 20–26 марта). В этом же номере, на первой странице, газета помещает фотографию Президента и Патриарха с надписью: *«Милостью Божией Крым вернулся домой».*



Советская Россия. 16.03.2014.



Независимая газета. 20.03.2014.

Россияне поддерживают возвращение Крыма

«Советская Россия» с удивлением восклицает: *«Неожиданный феномен, когда символы и атрибуты украинской власти в Крыму буквально за несколько дней испарились, а военные украинской армии массово сдавали оружие или присягали на верность народу Крыма»* (18 марта).

И «Аргументы недели» далее развивают тему воссоединения: *«Подписан Договор о принятии в РФ Республики Крым и образовании в составе РФ двух новых субъектов. То, о чем мечтали крымчане и жители города-героя Севастополя, воплощено в жизнь – Крым вернулся в состав России! Сегодня нас переполняет радость и гордость за свою страну! Россия показала всему мировому сообществу, что мы в любой ситуации готовы отстаивать права своих соотечественников... Торжество справедливости... Бояться ли нам?.. Исправление исторических ошибок»* (В. Фарафонов. 27 марта – 2 апр.). Эта газета также публикует слова лидера ЛДПР об уникальности события и о пробуждении России (В. Жириновский. 20–26 марта). Радость от возвращения Крымского полуострова и Севастополя в Россию была огромной. И данные федеральные СМИ это неплохо показали. В целом эти российские газетные издания (как и многие другие) не только бурно приветствовали и одобряли процесс возвращения Крыма в Россию, но и заряжали этой восторженностью всех россиян, объединяя их этой радостью.

* * *

Но все же и в прессе не все было так однозначно. С некоторой осторожностью рассматривали это событие авторы еженедельника «Аргументы недели»: *«Черноморский флот возвращает величие... Севастополь больше не зарубежная военная база, а место постоянного базирования ЧФ... Но Киев не оставляет надежд вернуть Крым силовым путем»*. Комментаторы размышляли: *«Российское руководство, едва ли не впервые, робко, непоследовательно и частично, но защитило интересы своей страны. Началось ее воссоединение, разорванное либеральными реформаторами»* (20–26 марта). Порой в газете звучали предупреждения: *«Эйфория от крымского феномена скоро улетучится, и вновь вернутся серые будни»* (А. Угланов. 20–26 марта). На фоне этой эйфории в обществе возникают вопросы, которые не могут обойти газеты. *«Что нас ждет? – Если Российское государство действительно существует как выразитель интересов народа, а не как совокупность начальников с их секретаршами, ему придется от либерального грабежа страны переходить к ее развитию»* (М. Делягин. 20–26 марта).

Осторожные суждения и предупреждения время от времени встречались и в других изданиях. Приведем еще один взгляд на происходившие события. В процес-

се присоединения Крыма к России жителям многонационального полуострова российскими властями было дано много обещаний, которые касались в частности языковой ситуации в Крыму, вопросов представительства разных национальностей в органах власти и полной реабилитации народов, репрессированных в СССР много десятилетий назад. И это было справедливо по отношению к людям, пережившим трагедию и несправедливость в советский период. Но обещания не остались незамеченными и другими россиянами. Так, 7 марта «Советская Россия» публикует письмо жителей Вологодской области президенту страны, наделавшее много шума в СМИ. Жители Вологодской области попросили президента В.В. Путина ввести в их область войска. Свою просьбу они объясняли тем, что «...мы тут тоже все сплошь русскоязычные... И наши права очень ущемляются... Мы все очень страдаем, а оккупанты, захватившие власть при помощи нечестных выборов, ничего не делают для местного населения... Просим ввести войска». А затем спрашивают: «Можно ли потратить деньги, предназначенные для Крыма, на нормализацию жизни в Вологодской области?». Обращение к Президенту России было очень необычным и в сложившихся условиях было общественностью проигнорировано, за исключением нескольких сообщений по FM-радиостанциям.

В конце марта в газете «Аргументы недели» (в ее вкладке «Национальный акцент» № 12) появилась еще одна интересная для нас публикация – «Катализатор Крым» (автор – известная журналистка М. Лянге). В этой публикации говорилось: «Репрессированных народов у нас в стране 12. Глядя на щедрые обещания в адрес крымских татар, лидеры общественных организаций этих народов вполне могут начать требовать от государства свою часть “недоданной реабилитации”... Ингуши требуют возврата части Пригородного района (из Северной Осетии), немцы ждут восстановления своей республики в Поволжье, татарские националисты требуют заменить кириллицу на латиницу, в Карелии требуют ввести 3 государственных языка, включая финский. И в целом, преференции у российских республик сейчас выше, чем у областей. Вопрос о выравнивании статуса субъектов обостряется». Но и на эти, довольно серьезные претензии, отклики в прессе пока не последовали.

Вопросы «Что нас ждет?» и «Что будет впереди?» заставляли задуматься многих обозревателей и комментаторов и до референдума, и после него. «Представим: Крым стал частью России. Как будет смотреться гипотетическая 22-я по счету республика, 84-й регион в составе РФ на экономической карте страны среди остальных 83-х субъектов Федерации?» – спрашивает автор публикации в «Аргументах недели» и продолжает. – Если Крым перейдет к России, будет большой передел собственности». «Сейчас многие озабочены освоением Крыма... Несколько месяцев ранее еще большее оживление наблюдалось вокруг Дальнего Востока... Между тем, помимо Крыма и Приморья, в России под девять десятков регионов, 8 федеральных округов (с Крымом – 9). И все это надо как-то развивать» (К. Гурдин. 27 марта – 2 апреля).

Вопрос «Что ждет Крым и Россию в случае объединения?» интересует и «Комсомольскую правду». «Крым проголосовал за присоединение. Что дальше?» (20–27 марта). «Что, кроме курортов, получают россияне в случае присоединения Крыма?» – размышляли аналитики и журналисты еще перед присоединением (13–20 марта). И позже газета предположила, что, возможно, полуостров станет свободной экономической зоной (17 марта). Обсуждалось и еще одно предположение: «Не пойдет ли Донбасс в Россию вслед за Крымом?». Журналистов «Комсомольской

правды» интересовало и то, «как полуостров связать с Россией?» (18 марта). События тем временем развивались дальше, и газеты уже переключили внимание читателей на то, что «Россия приступила к разработке плана по военной безопасности Крыма», «Подписан указ о повышении зарплат силовикам Крыма», «Крым переходит на российский рубль» (СР. 1 апреля). Постепенно жизнь в Крыму перестраивается, но нотки тревожности в прессе и в общественной атмосфере все еще сохраняются: «Как не отдать крымскую победу мародерам?» (КП. 19 марта).

Примерно так выбранные нами газеты представляли своим читателям в марте 2014 г. громкие и бурные крымские события. При этом, выделяя и заостряя или замалчивая некоторые моменты, они подчеркивали, что последствия этих событий значительны не только для двух наших стран, но и для всего мирового сообщества.

* * *

Актуализация идеи единства страны и ее народов. Напомним, что одним из важных направлений нашего исследования было и рассмотрение того, как в период возвращения Крыма, в дни всеобщей тревоги и радости российская пресса создавала и представляла своей аудитории образы России и россиян, образы Украины и ее жителей, образы других стран и народов. Мы считали важным увидеть, насколько в эти дни в СМИ была актуализирована идея единства страны и ее народов. И как на фоне всероссийской радости СМИ выполняли одну из важных своих гражданских задач – формирование общероссийской идентичности, единение и консолидацию россиян?

Необходимо отметить, что остро актуальная в нынешних условиях задача формирования общегражданской российской идентичности и укрепления гражданского единства народов России при сохранении их этнокультурного разнообразия была акцентирована в «Стратегии государственной национальной политики РФ»⁸, в документе, представляющем по словам экспертов «своеобразный образ будущего страны» (Зорин 2013: 33). Но, несмотря на множество комментариев современных политологов, философов, историков и психологов, до сих пор эта задача не конкретизирована. Возможно, поэтому в нынешних условиях эта деятельность СМИ трактуется исследователями пока неопределенно, а другими – и вовсе отвергается. Но интеграционная миссия отечественной прессы традиционно остается одной из важных для сохранения межэтнического и межконфессионального мира в стране и, конечно, для повседневной деятельности СМИ и идеологов разных уровней.

Нам представляется, что одним из проявлений гражданской деятельности СМИ в данном контексте можно считать формирование и трансляцию в массовое сознание позитивных образов нашей страны, нашего многонационального народа, наших ценностей и достижений во всех областях жизни, а также сравнительных образов «других» – наших друзей, соседей, оппонентов или противников. Важно также конструировать и распространять основные идеи, связанные с поступательным развитием нашей страны и ее безопасностью, с взаимоотношениями стран и народов. Подобные материалы, явно или незаметно транслируемые в общественное пространство, могут способствовать формированию национально-ориентированного массового сознания россиян.

Обратимся к результатам нашего анализа, выявившего некоторые образы стран и народов, а также основные идеи, распространявшиеся в этот период газетами.

Кто такие «они» на страницах центральных газет этого периода? Как известно, одним из способов сплочения группы может служить разделение людей на «своих»

и «не своих» («других, чужих»). При конструировании образов «своих» и «чужих» идет приписывание тем и другим определенных черт и характеристик, чаще всего мифических, совсем необязательно существующих в реальности. В ситуации жесткого противостояния это – образы «врага» против образа «героя», которого вынуждают бороться с «врагом» или «противником» (Почепцов 2001: 47). Описывая стремительный процесс возвращения Крыма в Россию, газеты неизбежно касались такого разделения аудитории на «нас» (условно – сторонников воссоединения) и «их» (противников этого события). Они рассматривали «наши» и «их» аргументы в этом противостоянии, затрагивали тему взаимоотношений «нас» с «другими». При этом в информации выделялся собирательный, хотя несколько расплывчатый и неоднозначный образ «они». Каждое издание представляло читателям свои образы. Но, как правило, «они» в большинстве случаев в эти мартовские дни – это «наши» оппоненты или противники. «Они» в случае с описываемыми событиями – это не только Украина, но и «Запад». Это, условно говоря, наши оппоненты на Западе, западные страны и политики, с которыми у нас много спорных вопросов и различий во взглядах на многие ситуации. И их также представляла пресса. Но в других случаях «они» в трактовке газет – это Украина, ее новая (нелегитимная) власть, ее политики, военные, часть ее жителей – «боевики», «евромайдановцы», «узурпаторы» и простой народ.

В большинстве случаев в этот период образ «они» был в наших газетах негативным и лишь изредка нейтральным. Аналитики давно заметили, и это трудно не увидеть, в том числе и в СМИ, что в ситуациях противостояния, в рамках борьбы идеологий, в вооруженных конфликтах как бы «включаются» механизмы «намеренного разрушения» образов противников, осуществляются переходы от образа друга к образу врага. Все это мы не раз видели на практике в отношениях обычных людей и целых стран. И все это, как правило, легко воспринимается массовым сознанием (Гринберг 2008).

Показывая общую геополитическую ситуацию, складывающуюся к этому времени между нашими странами, газеты писали о *«явном иностранном вмешательстве»*, о том, что *«Украину отрывают от России, стремясь сделать ее слабым, но враждебным государством по отношению к нашей стране»* (КП. 1 марта). *«Погромы на Украине»*, события на киевском майдане и в других местах в конце февраля и начале марта 2014 г. описывались в наших газетах как *«геополитический вызов Запада»* (СР. 1 марта). Уже после присоединения Крыма аналитики отмечали *«политическую неудачу Запада, пытавшегося справиться с Россией»* (В. Никонов. КП. 31 марта). На фоне усиливающегося противостояния комментаторы подчеркивали, что СМИ государств – спонсоров майдана пытаются и у западного обывателя создать неправильное мнение о России – как об агрессоре.

В ответ на обвинения наших противников авторы публикаций не всегда могут найти убедительные аргументы. Однако они осознают нестабильность сложившейся ситуации и призывают усиливать оборону нашей страны. Для надежной защиты, считает автор статьи в «Аргументах недели», в РФ необходимо создать *«воздушно-космическую оборону»* (П. Карваев. 27 марта – 2 апреля). На страницах этого же номера представитель ЛДПР В. Фарафонов также предупреждает, что следует ожидать *«резкого усиления давления на Российскую Федерацию»*, что *«на Россию навигается беспощадный ливень информационных атак»*, экономические санкции... Он задает вопрос: *«Бояться ли нам?»*. И уверенно отвечает: *«Нам бояться нечего!»*

Но ответные меры России необходимы. И они будут жестче для них, чем для нас... Все им обернется боком, а им нужны контакты с нами... Они ничего не выиграют, а лишь усилят Иран и Китай. А усиление роли этих стран опасно для самой Америки». В качестве подтверждения и «Комсомольская правда» ссылается на мнения западных бизнесменов: «Если наказать русских, то кто к нам деньги привозить будет?» (Е. Аракелян. КП. 20 марта).

Таким образом, мозаичный образ «они – Запад» выступает в прессе как наш противник и антагонист, и его сопровождают в прессе идеи: *«Запад, поддерживая новое украинское правительство, провоцирует опасное продолжение противостояния Украины и России. Но даже эти провокации, а также экономические санкции и информационное давление на нашу страну нас не пугают. Тем не менее мы должны защищаться и делать нашу страну сильной».*

Сложный идеологический образ «они» связан в нашей прессе и с самой современной Украиной. Стоит отметить, что историческое прошлое Украины, даже советский период, в эти дни в газетах практически не затрагивалось, хотя эта информация могла бы показать совместное плодотворное развитие, взаимодействие и реальную дружбу двух республик и их народов. Но в 2014 г. газеты указывали на многочисленные проблемы этой страны, по сравнению с Россией «возведенные в куб» (слова В.В. Путина. СР. 6 марта). Согласно негласным законам пропаганды, опасность и страх перед противником призван трансформироваться в «гневную отповедь» (Почепцов 2001: 45). Поэтому информационное противостояние, согласно этим законам, усиливается с обеих сторон. «Советская Россия» в своих эмоциональных публикациях подчеркивала *«нелегитимность киевской власти»*, называла власти в Киеве *«узурпаторами»* и *«самопровозглашенным руководством Украины»*. Газета рассказывала о *«бандеровцах»* и *«бандерофашистах»*, о *«фашиствующих молодчиках»*, третирующих местное население (4, 6 марта), а киевский майдан называла *«площадью позора»* (25 марта). Россию при этом, по словам наших газет, украинские идеологи представляли как своего врага, против которого народ Украины должен объединиться.

Активно создавала образ «их» в эти дни и «Комсомольская правда». Газета показывала жителей Украины как людей, не понимающих ситуацию, но, тем не менее, спокойно получающих деньги от России. Журналисты газеты также рассказывали о *«бандеровцах»*, об их *«лживом телевидении»* (15, 18, 26, 29 марта). В статье «Жертвы укрогеббельса» автор «Комсомольской правды» Е. Холмогоров рассказывал читателям, что *«...Геббельс украинского розлива даже не пытается подмешивать ко лжи правду. Жителям Украины рассказывают, что Россия объявила им войну, что в Крыму на референдум пришли 30% избирателей, из которых 70% проголосовали за Украину, что в Симферополе голод, что русские захватывают украинские части, прикрываясь женщинами и детьми... Конечно, народ Украины должен сам решать свою судьбу, – продолжает автор статьи. – Но надо понимать и то, что он невменяем сейчас под воздействием заведомо ложной информации. наших братьев заведомо сводят с ума. Забывается даже кровное родство».* И вывод был однозначен: *«Украина превращается в европейское Сомали»* (27 марта).

«Комсомолка» затрагивала также и проблемы двуязычия: *«Мода на мову появилась и быстро схлынула. И опять все перешли (на Украине) на язык заклятого врага. Теперь даже теоретическую базу подвели: мол, это наша особая исключительность, многоязычие, толерантность, ненависть к москалям, которые вовсе и не*

славяне» (31 марта). Представляя для российских читателей атмосферу в столице Украины, журналисты «КП» писали: *«В Киеве хаос и двоевластие, как в Петрограде 1917 г. ...Потрепанный бандеровским налетом имидж... Толпа, свершившая революцию, оказалась не у дел... Одиозные предводители этой толпы...»*. В свойственной этой молодежной газете манере сообщалось, что *«на Майдане начали сажать. Пока чеснок и лук»* (31 марта). Объясняя «нашу» позицию, газета в разных контекстах упоминала, что *«Украина незаконно присвоила Крым и 22 года вела себя как оккупант на захваченных территориях, спохватившись, лишь когда полуостров совершил отчаянный рывок в сторону России»* (31 марта).

Обсуждалась на страницах газеты и **судьба Украины в будущем**. Одни авторы *«предрекли Украине грузинизацию»*. Другие предполагали, что *«Украина может рассыпаться на куски»* (27 марта). Частичным ответом на эти предположения стала публикация этой газеты днем раньше: *«Чтобы навредить России Украина готова разориться»* (26 марта). Приведем некоторые другие заголовки публикаций: *«Украина грозит ввести визы для россиян. Но это прежде всего ударит по самой независимой»* (21 марта); *«Украинские офицеры идут под российские погоны; Приказ Киева войскам: покинуть Крым!»* (25 марта); *«Украинские военные уходят домой; В Феодосии сдалась последняя независимая воинская часть; Киев отключает Крыму свет. Чем ответит Москва?»* (22 марта).

Авторы еженедельника «Аргументы недели» также довольно жестко комментировали текущие события и представляли обобщенный образ нынешней Украины для россиян как *«неправильный»*. При этом упоминались *«отморозки-бандеровцы»*, подчеркивалось, что Украина еще долго будет оставаться *«нашей головной болью»* (20–26 марта). *«Украина сегодня – это огромное, архаическое гуляй-поле... Изгнание, хоть и плохонького, но вполне легитимного президента Януковича породило на бескрайних украинских просторах гибель армии, торжество революционной законности, вынесение приговоров без суда, экспроприацию экспроприаторов. Все вместе это называется анархией и трагедией миллионов людей»* (27 марта – 2 апреля). Наблюдатели и этой газеты предсказывали, что *«в рядах кабинета министров Украины, в Верховной Раде и на Киевском майдане непременно вспыхнет грызня»* (Там же). В целом, основные идеи и в этом издании сводились к тому, что *«власть на Украине нелегитимна, поскольку она была узурпирована бандой»* (13–19 марта) и что *«Украина сама была сепаратистским образованием, когда в XVII веке ушла из Речи Посполитой»* (20–26 марта).

Немало внимания в этот период уделяли российские газеты и армии сегодняшней Украины. И, как уже упоминалось выше, выводы аналитиков были далеко нелестными. Активнее других в этом плане был еженедельник «Аргументы недели». Журналисты писали, что в украинской армии *«офицеры без мозгов»*, *«деньги для армии “собирают на паперти”»* и *«развертывается украинская армия ради развертывания»* (20–26 марта). В этой газете не раз встречались выражения: *«бестолковый офицер»*, *«растяпа-офицер»*, *«пародия на армию»* и др. К этим описаниям присоединялась и «Комсомольская правда», указывая, что *«в украинской форме зимой холодно, летом жарко, да неноская она»* (31 марта). Поэтому, *«по мнению наших экспертов, украинской армии “лучше не отвечать”»* (АН. 20–26 марта). И вообще, Крым отделился от *«нелюбимой матери-родины»*, которая планировала сорвать референдум и решить проблемы военным путем (АН. 13–19 марта).

Но надо отдать должное нашим СМИ, которые не смешивали власти и народ Украины и на протяжении долгого времени внушали нашим гражданам идею, что население Украины – это наш братский народ. Власть – отдельно, и народ Украины – отдельно. Важно отметить и подчеркнуть, что об украинском народе газеты писали почти всегда уважительно, практически не позволяя себе негативных высказываний (как на некоторых телевизионных каналах), таких как «москаляки», что нередко встречалось, по сообщениям наших же газет, в украинских СМИ. Более того, в первой половине марта наши газеты настойчиво называли украинцев «*братьями*», «*братским народом*», показывали, что по всей России проходят акты солидарности с «*братской Украиной*» (СР. 4, 6, 12 марта). На митингах, в которых по всей стране участвовали россияне, озвучивались лозунги: «*Две страны – один народ!*», «*Держитесь братья!*» (СР. 6 марта). Активно выступающий в эти дни на страницах газеты Г. Зюганов, подчеркивая разрушающую роль «*деструктивных сил Запада*», призывал россиян поддержать решение об оказании помощи Украине.

* * *

Исследователи уже давно отмечают, что собирательные образы страны и народа имеют огромное значение для формирования национальной идентичности граждан, для их солидарности и единения, а также для восприятия страны внешним миром. Все страны стремятся создать о себе положительное представление, и каждый народ также культивирует в своих представлениях свой позитивный образ. Именно он, этот позитивный образ, как часть государственной идеологии, является основой для формирования национальной (общегосударственной) идентичности. Ученые называют его одним из ресурсов и механизмов нациестроительства (Тишков 2013б: 65–67).

Какой же идеологический образ нашей страны и нашего народа формировала российская пресса в этот период? Анализ мартовской газетной информации показал, что образ «мы» в этот период был представлен газетами в основном позитивно и несколько объемнее, чем образ «они». Газеты подчеркивали миролюбивые черты россиян, их доброту и солидарность, сообщали, что в России начался сбор средств для жителей Крыма (СР. 12 марта), что «мы» отправляем крымчанам лекарства (КП. 15 марта). Рассказывая о непростой ситуации в соседней стране, газеты цитировали слова Путина о том, что «*и у нас этих проблем предостаточно*» (СР. 6 марта). Чтобы более наглядно представить материалы прессы о России и россиянах, мы решили разделить их на несколько основных групп под условными названиями: 1) «Присоединение Крыма – радость для нас»; 2) «Мы и наш характер»; 3) «Нам грозят санкциями»; 4) «Наша власть» и 5) «Наша армия». Приведем подборку материалов, показывающих эти группы на страницах газет.

1) «Присоединение Крыма – радость для нас». Эта идея представлялась всеми изданиями как одна из важных для современной России. И выражалась радость по-всякому: в прессе были эмоциональные и восхищенные лозунги, призывы, частушки, насмешки, фотографии радостных людей, попытки оправдать, но и трезво осмыслить ситуацию. «*Завершен юридический процесс присоединения полуострова*», – пишет 22 марта «Комсомолка». «*Беларусь признала полуостров в составе РФ*», – с радостью информирует читателей она же, показывая, что есть сторонники наших поступков (24 марта). «*Рейтинг Путина в два раза выше, чем Обамы*, – сообщает газета радостную весть. – *Московскому патриарху дороги и русские, и украинцы*» (28 марта).

Многие, довольно эмоциональные материалы газет из этой группы уже были упомянуты нами выше. Поэтому здесь мы приведем еще только попытку первого осмысления и объяснения «наших» действий «своей» и «чужой» аудитории. «*Правильно ли мы поступили, сказав Крыму – “Здрасьте!”? Правильно ли мы открыли дверь?*» – спрашивает на страницах газеты известный российский актер В. Сухо-руков. И отвечает: «*Для меня это несомненно, что Крым вернулся домой. Руководство страны исправило ошибку минимум 2-х правителей – и Хрущева, и Ельцина*» (КП. 20 марта). Российская Общественная палата провела слушания по поводу присоединения Крыма к России. «Комсомольская правда», сообщившая об этом, подчеркивала, что 60 лет Крым находился в составе Украины незаконно. И сейчас продолжают нападки на Россию, которую обвиняют в том, что она «*чуть ли не аннексировала, присвоила чужую землю. Идет попытка представить, что Крым – это историческая территория Украины, а голоса жителей полуострова, высказавшихся на референдуме за возвращение домой в Россию, ничего не значат. Но восстановление исторической справедливости и нарушенного законодательства – это не мелочь*», – в очередной раз отметил на страницах газеты К. Затулин (КП. 31 марта). Идея о том, что «*мы восстановили историческую справедливость, воссоединившись с частью русских земель*» утверждалась в общественном сознании и другими газетами (А. Титов. АН. 27 марта – 2 апр.). Эта идея просто витала в воздухе в этот период.

Многие материалы газет в эти дни могли способствовать формированию гордости россиян за свою страну. Но некоторые публикации были прямо направлены на это. Та же «Комсомольская правда» задала вопрос представителям творческой интеллигенции: «*А вы бы как свою гордость за Россию выразили?*». И ответы известных артистов и художников, опубликованные в газете 24 марта, тоже оказались творческими: «*Моя гордость за страну – одно гражданство. Сейчас не стыдно быть русским и за границей*» (И. Пригожин, продюсер); «*Надо просто работать и быть ответственным. Хотя понимаю тех, кто носит майки с надписями, часы, ходят со знаменами*» (И. Хакамада, предприниматель); «*Несу русскую культуру по всему миру*» (музыкант); «*Во всех моих картинах – любовь к стране*» (Н. Сафронов, художник); «*Воспитываю патриотов. На балконе у меня флаг, в будильнике – гимн*» (читатель).

2) «Мы и наш характер». Как всегда в прессе присутствуют и материалы, представляющие образ «мы». В данном случае это собирательный образ россиян, порой незаметно (или намеренно) перетекающий в образ русских. Он состоит из многочисленных элементов, прежде всего показывающих «наш» характер, «наш» менталитет, «наш» образ жизни. В предыдущих исследованиях прессы мы уже не раз отмечали, что образ «нас», представляемый многими российскими изданиями (особенно центральной прессой), в отличие от газет других регионов, всегда представляется для читателей далеко не только позитивным (Малькова, Тишков 2002). И теперь, даже в самые радостные для россиян дни, эта традиция не изменилась.

Известный телепутешественник Д. Крылов, сравнивая «нас» с другими народами, рассуждал на страницах еженедельника «Аргументы недели» о противоречивых чертах «нашего» человека. «*Мы люди более открытые и готовы обсуждать даже с незнакомыми людьми политические и даже философские вопросы. Но для русских людей, – говорит он, – характерно полярное отношение к своей стране: либо “не надо рая, дайте родину мою”, либо – “отсталая Раика”... А в некоторых*

точках России ощущается разлитая в воздухе злобность» (6–12 марта). О роли водки в русской истории, «национальном русском продукте» рассуждает в этой же газете К. Расулова, отмечая, что «беленькая приносит нам и радость, и горе», и что у иностранцев «Россия ассоциируется с водкой». И даже одной из причин «развала» Советского Союза, считает она, стал «народный бунт, вызванный борьбой за трезвость» (20–26 марта). Тем не менее, несмотря на некоторые «наши» недостатки, «мы» возвратили Крым России. И хотя «СМИ государств-спонсоров Майдана пытаются создать у западного обывателя мнение о России, как об агрессоре. Но это не так! Мы – не агрессоры», – отрицает газета (27 марта – 2 апреля). По этому поводу стоит еще раз привести слова актера В. Сухорукова, утверждавшего в интервью «Комсомольской правде»: «Да, мы сильные! Но говорить, что мы сильные, это заблуждение. Когда мы хорохоримся, в этом нет силы. Сильный молчит. Сильный не должен махать руками. Он должен понимать ситуацию и внушать всем, кто грозит, кто скалится: успокойтесь! Не будите во мне зверя! Еду-еду – не свищу, а наеду – не спущу!» (20 марта).

3) «Нам грозят санкциями». Эта идея, бывшая в марте 2014 г. только предположением, как известно, быстро стала реальностью. Но в марте она была еще неясной. Тем не менее все газеты рассматривали и эту угрозу для нашей страны, откликаясь на нее тезисом: «Нам бояться не следует. Мы – страна, располагающая всем необходимым для создания мощной экономики, оборонного потенциала и удовлетворения всех жизненно необходимых потребностей человека... Не так страшен черт, как его малюют». Так успокаивал россиян на страницах «Советской России» еще до референдума в Крыму профессор экономики В.Ю. Касатонов (12 марта). Аналитики задавались вопросами: «Как скажется воссоединение с Крымом на экономике России?», «Санкции против России – блеф или козырь Запада?», «Кому хуже от исключения России из “большой восьмерки”?» (КП. 27 марта – 3 апреля). А «российское руководство вновь, как и много раз в прошлом, оказывается лишь с двумя верными союзниками – армией и флотом» (А. Угланов. АН. 27 марта – 2 апреля). Может показаться несколько странным, что и в наших газетах приводились в те дни мнения представителей наших противников, воспринимавших ситуацию с Крымом едва ли не с пониманием и сочувствием к нам: «Введение санкций против России – это выстрел себе в ногу. У России есть ядерная экономическая бомба, которая разрушит экономику США», как считал американский финансист Дж. Синклер (Е. Беляков. КП. 27 марта).

4) «Наша власть». Эта тема традиционно на протяжении всех постсоветских десятилетий освещалась в нашей центральной прессе с критическим уклоном. Это подтверждают и многие наши исследования российской прессы, и обычный читательский взгляд. Но в этот период и представители наших властей слышали от прессы слова одобрения: «Депутаты Госдумы вдруг резко объединились и стали, по сути, тем “политическим паровозом”, что протащил Крым в его светлое российское будущее» (А. Угланов. АН. 20–26 марта); «Стремительность и стопроцентная успешность всей суммы событий, которые привели к воссоединению Крыма с Россией... Гениальная операция. Все очень хорошо было продумано заранее» (В. Третьяков. КП. 27 марта – 3 апреля). Следует отметить очень заметную, но к тому времени все еще полускрытую роль президента страны В.В. Путина, который, как оказалось впоследствии, был одним из инициаторов и вдохновителей операции по присоединению Крыма, а затем – и самым главным для страны и для СМИ

ориентиром, своеобразным «идеологом присоединения», объяснявшим соотечественникам историческое значение этого события для России.



Один из российских плакатов
(<https://politrussia.com/upload/iblock/>)

Но критический настрой против некоторой части властных структур не остался и в этот период без внимания. Особенно критично выступали комментаторы на страницах газеты «Аргументы недели». Авторы этого еженедельника, радуясь вместе со всеми россиянами, все-таки не могли и в эти дни не указать на своих политических и экономических оппонентов: «*Сейчас возрождению России не мешает ничто, кроме предателей во власти* (выделено мной. – В.М.). *Представители офшорной олигархии, грабящей и разрушающей нашу Родину на протяжении всей четверти века национального предательства*» (М. Делягин. АН. 20–26 марта). «*“Наши” обладатели поместий, дворцов, тех же счетов из первой сотни миллиардеров “Форбса” стоят сегодня на распутье. Стоят вместе с министрами-миллионерами правительства Медведева*» (А. Угланов. АН. 13–19 марта). «*Либеральные экономисты (наши), приведшие страну к состоянию невменяемости, продолжают дуть в уши Путину свои теории. За их сладким шепотом можно пропустить свой “расейский” майдан*» (А. Угланов. АН. 6–12 марта). За этой критикой, за этими осуждающими идеями и ярлыками, частично поддержанными и газетой «Советская Россия», несколько теряется пафос общего российского единения и социального оптимизма, которым была пронизана общественная атмосфера страны в эти дни.

5) «**Наша армия**». Эта группа материалов может быть объединена главной идеей: «Мы можем гордиться своей армией». Особое внимание проявил к этой тематике еженедельник «Аргументы недели». Причем разные авторы уверенно отмечали, что «...список вполне реальных преимуществ в Вооруженных силах РФ выходит весьма длинным: высокий уровень подготовки военнослужащих и большой боевой опыт, высокая насыщенность войск современной техникой, средствами связи и боевого управления..., высокая мобильность частей, их способность... Приятно, когда нашу армию оценивают по достоинству» (АН. 20–26 марта); «Оборонный комплекс России задушить санкциями не получится. Но определенные неприятно-

сти доставить России можно. Любые подобные действия лишь подстегнут работы по выпуску аналога в России» (Я. Вяткин. АН. 27 марта – 2 апреля); «Следует ожидать резкого усиления давления на РФ. На Россию надвигается беспощадный ливень информационных атак, экономические санкции... Ответные меры России необходимы. И они будут жестче для них, чем для нас» (В. Жириновский. АН. 27 марта – 2 апреля). Присоединяясь к мнению, что наша армия – это наша гордость, и «Комсомольская правда» приводит слова бывших военных украинской армии в Крыму, которые стремятся служить России: «Мы – русские. И хотим служить по-русски». И газета с удовлетворением подчеркивает, что «теперь русские действительно служат своей стране» (КП. 31 марта).

Таблица 2

Некоторые идеи, распространявшиеся российскими газетами в период возвращения Крыма (март 2014 г.)

Идеи	Комсомольская правда	Аргументы недели	Советская Россия
О КРЫМЕ			
<i>Фактор Крыма сегодня играет основополагающую роль во всей внешней и внутренней политике России</i>		+	
<i>Крым в составе Украины находился незаконно</i>	+		+
<i>Возвращение Крыма – это восстановление исторической справедливости</i>	+	+	+
<i>Это исправление ошибок 2-х правителей России</i>	+	+	
<i>Будущее Крыма в составе России оптимистично (курорты, инвестиции, светлое будущее)</i>		+	+
<i>И в других регионах России хотят перемен, как и в Крыму</i>		+	+
<i>Крымские события – это провал разведки США</i>	+	+	
РОССИЯ И МЫ			
<i>Россия – это политически стабильное и богатое государство</i>	+	+	+
<i>Идея о том, что весь мир против нас – неправда</i>	+	+	
<i>У нас есть союзники в этом вопросе (Китай, другие страны, наши армия и флот)</i>	+	+	+
<i>У нас свобода слова, наши журналисты рассказывают людям правду</i>	+		
<i>Нам угрожают, но мы не боимся</i>	+	+	+

Идеи	Комсомольская правда	Аргументы недели	Советская Россия
<i>Мы готовы отстаивать права соотечественников в любой ситуации</i>		+	
<i>Россию прижать не получится</i>	+	+	+
<i>Мы верим в Россию</i>	+		+
<i>Мы гордимся Россией</i>	+	+	+
<i>У нас ситуация лучше, чем у них</i>	+	+	+
<i>И у нас есть недостатки (любовь народа к водке, наша власть, предатели-либералы, олигархи...)</i>		+	+
<i>Впереди нас ждут санкции, но мы их не боимся</i>	+	+	+
<i>Санкции повредят не нам, а им. А им нужны контакты с нами</i>	+	+	+
<i>Оборонный комплекс России задушить санкциями не получится</i>	+	+	+
<i>Рейтинг Путина выше, чем рейтинг Обамы</i>	+		
<i>Мы должны защищать себя, страну и наше информационное пространство</i>	+	+	
<i>Нам надо усилить свою оборону</i>		+	
<i>Запад пытался справиться с нами, но потерпел неудачу</i>	+	+	+
УКРАИНА			
<i>Украинцы – наш братский народ</i>	+		+
<i>На Украине анархия и трагедия миллионов людей</i>	+	+	+
<i>В Киеве сейчас плохо, это трагедия для простых людей</i>	+	+	+
<i>В Киеве хаос и двоевластие, как в Петрограде 1917 г.</i>	+		
<i>Идет новая волна миграции из Незалежной</i>	+		
<i>Будущее Украины – не очень</i>	+	+	+
<i>Руководство Украины – самопровозглашенное, нелегитимное</i>	+	+	+
<i>У власти в Киеве – откровенные русофобы</i>		+	+
<i>Часть украинской элиты очень непримирима к России</i>		+	

Идеи	Комсомольская правда	Аргументы недели	Советская Россия
<i>В украинском руководстве продолжаются ссоры</i>		+	+
<i>У них плохая и слабая армия, глупые офицеры</i>	+	+	+
<i>У них лживое телевидение и все СМИ</i>	+	+	
<i>Украина превращается в европейское Сомали</i>	+		
<i>Постепенно все наладится между нашими странами</i>	–	–	–

Приведенные в табл. 2 данные показывают многообразие идей, распространявшихся газетами в период присоединения Крыма к России. Эти идеи порой совпадают во всех трех изданиях, но нередко и различаются. Поэтому в данном случае нельзя уверенно и однозначно говорить о единой «указке» нашей свободной прессы «сверху».

Анализируя приведенные в данной таблице идеологемы, автор хотел бы опереться на свои более ранние исследования общероссийской и республиканской прессы. В нашей монографии об этнических аспектах журналистики мы рассмотрели и описали среди прочих элементов информации ряд идеологем, встречавшихся в 90-х годах в прессе (Малькова 2004: 39–97). Список их вариантов довольно большой и подробно говорить о них мы здесь не будем. Но в данной работе спустя более десятилетия, в период неожиданного и резкого информационного противостояния России и Украины, мы можем выделить, согласно нашей методике, ряд подобных идеологем, распространяемых прессой сегодня. Среди них опять встречаются, прежде всего, «миролюбивые»:

- интегрирующие и консолидирующие «нас» идеи;
- идеи позитивной оценки полиэтничности;
- идеи открытой толерантности и солидарности, вызывающие сочувствие к представителям других этносов;
- идеи общего социального оптимизма.

Но современная пресса распространяет также и «конфликтные» идеологемы:

- идеи межэтнического и межгосударственного соперничества;
- идеи сравнения и противопоставления этносов;
- идеи выстраивания этнических приоритетов;
- идеи, связанные с межэтническими и историческими обидами;
- идеи унижения и пренебрежения противной стороны;
- идеи – насмешки, издевательства, ерничества;
- идеи гражданской и этнической мобилизации;
- идеологемы запугивания и угроз;
- идеологемы подстрекательства;
- идеологемы конфликтности и явной вражды.

* * *

История знает немало случаев, когда между соседними странами и народами случались недоразумения, охлаждения, вооруженные конфликты и даже войны. История также показывает, что когда-то эти явления заканчиваются и опять восстанавливаются мирные и добрососедские отношения. Так будет и с нашими странами. К слову сказать, эта идея в данных изданиях пока не просматривается.

Одним из многих видимых поводов для развития противостояния между Россией и Украиной стало ограничение (лишение) этнических и гражданских прав русских граждан в украинских регионах, что и привело в конце концов к недовольству и массовым протестам населения в приграничных с Россией областях, к объявлению Крымом своей независимости и к вступлению его в Российскую Федерацию в качестве равноправного субъекта. Центральные российские газеты, как и все другие СМИ, получили в этот период еще один повод стать важной площадкой для обсуждения и рассмотрения разных общественно-политических позиций очень сложного и неоднозначного процесса перехода части территории от одной страны к другой.

Три современных центральных российских газетных издания, разных по своей общественно-политической направленности, как и многие другие российские СМИ, довольно много внимания уделяли среди всей прочей информации процессу возвращения Крыма в Россию. Они показывали это событие поступательно, день за днем, как одно из важнейших в современной истории нашей страны. Сравнительное исследование информации об этих событиях позволило увидеть некоторые совпадения и различия в их трактовке разными изданиями. Наш анализ показал, что возвращение Крыма и Севастополя в Россию оценивалось в этих газетах как позитив и представлялось авторами сообщений как восстановление исторической справедливости, как пример защиты российских национальных ценностей, как пример реализации Россией своих законных прав. Однако не всегда учитывалось, что информацию воспринимают не только внутренние, но и внешние читатели и аналитики, несогласные с такой трактовкой, поэтому в некоторых случаях был замечен недостаток аргументов.

Если исходить из того, что важной задачей государственных и общественных СМИ является среди прочего и формирование у аудитории государственноориентированного массового сознания и общественного мнения, то возвращение Крыма в состав России стало для российских идеологов, в том числе и для СМИ, важным и беспрецедентным для последних десятилетий поводом. В этот момент в идеале должна была активизироваться пропагандистская деятельность во всех каналах массовой информации, усилиться их работа по формированию общегражданской идентичности и по сплочению граждан страны. Предполагается, что гражданская миссия СМИ в подобные, довольно уникальные периоды должна усиливаться во много раз. Это означает деятельность по пропаганде позитивного образа своей многонациональной страны, демонстрацию ее достижений и потенциала, озвучивание ее позиций и общественных идеалов, ее ценностей и планов на будущее. И все три газеты попытались это сделать, показывая, что возвращение Крыма и Севастополя в состав России – это большая наша победа, вызывающая гордость у ее граждан.

Анализ информации показал, что не все издания повторяют и пропагандируют определенный набор идей. Однако для всех изданий (подчеркнем – разной общественно-политической направленности) в эти тревожные и радостные дни возвращения Крыма в Россию было важно отметить, что «Россия – это стабильная, уверенная в своей правоте и богатая страна», что «у нас есть союзники, и не только

армия и флот, но и другие страны», что «мы осознаем угрозы и риски от наших оппонентов, но бояться их нам не следует», что «Россию прижать не получится». И теперь, в дни нашего триумфа, мы гордимся своей страной.

Тем не менее нельзя не отметить, что образ нашей страны представлен в нынешней центральной (независимой?) прессе очень схематично, скорее, эмоционально-лозунгово, чем аргументированно. И не только в этот период, о чем говорят и наши прежние исследования. В данном случае это, возможно, было связано с некоторой спонтанностью самого события. Конечно, газеты – не учебник истории или географии. Но, как известно, общегражданская идентичность формируется у людей в том числе и с помощью знаний (напоминаний) аудитории о территории страны и о ее природных богатствах, о ее многонациональном населении, об истории, экономике, культуре, науке. Гражданско-просветительская миссия СМИ могла бы быть более выраженной на фоне радостного для россиян события. О многонациональности и многоконфессиональности страны и даже Крыма в этот период данные издания практически не упоминали (за редким исключением).

Рассматривая использованные газетами информационные приемы и методы, можно отметить, что во всех трех изданиях актуальная просветительская информация была недостаточной. Сравнительно мало и однобоко показывалась история России и Крыма, в основном только в небольших выдержках из выступлений президента страны В.В. Путина. Информация о том, как самоотверженно россияне защищали Крым и Севастополь во время войн на страницах газет практически отсутствует, нет информации и о том, как спокойно жили люди в Крыму в советское время. В газетах нет имен выдающихся людей, в разные периоды защищавших и отстаивавших Крым от врагов. Идея преемственности поколений осталась очень расплывчатой. Все это можно объяснить также определенной спонтанностью и стремительностью самого события. И еще тем, что в нашей научной литературе не уточнены такие рабочие понятия как «единство и общность народа», «духовные скрепы», не всегда понятны «маркеры или критерии сплоченности» россиян и др. И само понятие «патриотизм», публично критикуемое определенной группой идеологов, теперь как бы со смущением употребляется в прессе. Кроме того, в общественном сознании (и у идеологов, и у населения) отсутствует «внятный образ будущего страны», к которому идет современная Россия.

Сам процесс присоединения Крыма и предшествующие этому события представлялись на страницах центральных газет не только с помощью фактического материала, но и достаточно эмоционально. Эмоциональная составляющая газетной информации в мартовские дни 2014 г. – тревога и возмущение россиян положением русского населения на Украине, волнения перед референдумом и радость в последующие дни – все это было отражено достаточно ярко. Журналисты, общественные деятели всех уровней, политики и простые люди – все так или иначе комментировали эти события. Эти тревожные и радостные события не могли не найти отклик в душах россиян и вызвать у них определенную мобилизацию и патриотический подъем. Гордость за свою страну, за ее историю, проявлявшаяся в том числе и в восторженной лексике, в лозунгах – все это отражалось в газетах и создавало в эти дни радостный настрой в стране.

Если поначалу газеты упоминали «славянское братство», вспоминали общие у россиян и украинцев события – в основном войны или праздники, то к середине марта толерантная риторика сменилась конфликтно-обвинительной в адрес Запада,

в адрес украинских властей, их силовых структур и объединений. Газеты представляли своим аудиториям образы бывших и новых властей Украины (негативные), но очень редко – представителей простых людей. Несмотря на присутствие наших журналистов на Украине, материалов о жизни простых людей и их мнений о происходящих событиях в газетах практически не видно.

Крымские события в республиканской прессе

Вторая часть нашей работы посвящена анализу освещения процесса присоединения Крыма к России в газетных изданиях российских регионов (республик). Мы рассмотрим основные информационные акценты, сделанные газетами Бурятии, Карелии, Татарстана, Тувы и Удмуртии в марте 2014 г. Как уже отмечалось в первой части работы, этот месяц был выбран для исследования как период тревоги и радости для россиян, когда в результате трагических событий на Украине была создана независимая Республика Крым, когда парламент этой республики обратился к России с просьбой о принятии ее в состав России. И самое главное – когда в результате всенародного референдума в Крыму эта независимая республика вошла в состав нынешней Российской Федерации. Это событие огромной важности неоднозначно было воспринято не только в мире, но и частью россиян, что, естественно, отразилось и в средствах массовой информации. Анализ республиканских газет показал, что в разных уголках России пресса так же, как и в центре страны, довольно активно следила за этими событиями и почти ежедневно рассказывала о реакции россиян на них.

Однако в это же время каждый субъект федерации жил и своей жизнью. Как обычно, люди работали, учились, отдыхали, слушали и смотрели новости, читали о них в газетах. Какие же наиболее значимые события, явления и сюжеты показались коммуникаторам в этот период наиболее важными для информирования республиканских медийных аудиторий? Сравнительный анализ материалов республиканских газет позволил выявить не только пропагандистские акценты в общественно-политической тематике, но и то, на что направлялось общественное внимание жителей разных республик в эти тревожные дни, – на межэтническое и межконфессиональное единство внутри республик, на единение и сплочение народов России, на их взаимодействие или на их отдельность и разделение. Кроме того, мы считали важным рассмотреть нынешнюю роль современной республиканской прессы в общественно-политических процессах в стране, в частности проанализировать ее этнополитический контент. На сегодняшний период это заметный исследовательский вакуум, который необходимо восполнить и в политологии, и в этносоциологии, и в журналистике, и в практике оптимизации этнополитических процессов в стране.

Одним из направлений данного исследования было выявление того, как в период возвращения Крыма в Россию, в дни всеобщей тревоги и радости пресса разных республик представляла для своей аудитории **образ России и россиян**. Анализ пяти республиканских изданий за месяц (контент-анализ 51 номера, около 2000 публикаций) показал, что презентация образа страны в современных республиканских газетах проходит очень ненавязчиво, практически незаметно для рядового читателя. Довольно редко в обычные дни в текстах современных республиканских газет можно обнаружить даже простые упоминания о России как о стране. Само слово «Россия» лишь изредка проскальзывает в политической или исторической тематике, которая также довольно редко появляется на страницах этих изданий. Причем в большинстве случаев это относится, скорее, не столько к России, сколько к ее органам

власти – республиканской и федеральной. Конечно, разные региональные издания затрагивают эту тематику по-своему. И поводы для обращения к этим сюжетам не одинаковы.

Так, в информации о событиях в Крыму упоминания о России звучали радостно и даже подробно (как, например, в тувинской прессе), или несколько сдержанно (как в удмуртской), или почти незаметно в этот период (в Бурятии). Можно фиксировать, что в исследованных республиканских газетах образ России как единой страны с ее многочисленными субъектами, одним из которых является данная республика, представлялся двояко. С одной стороны, газеты, как обычно, основную часть информации посвящали жизни своей республики. И здесь образ России практически отсутствовал. Но с другой стороны, в мартовские дни 2014 г., в период усилившегося противостояния России и Украины, идея общей нашей страны, ее государственных интересов и их всенародной поддержки не могла не присутствовать в общественно-политических изданиях федеральных российских субъектов. Однако даже в дни «общей радости», какой она казалась идеологам федерального центра и многим россиянам, идеи единства и целостности страны, идеи ее настоящего и будущего, ценности и символы общей большой России упоминались здесь (в отличие от центральных изданий) крайне редко. Понятие «родина» по отношению к стране также республиканской прессой практически не употреблялось.

Объединяющие россиян идеи и даже объединяющая лексика встречаются в обычных публикациях республиканских газет также нечасто. Тем не менее в дни возвращения Крыма в этих изданиях все-таки публикуются краткие упоминания о России. Возьмем для примера газету «Тувинская правда» (ТП). В ней можно увидеть, например, небольшое сообщение о подготовке празднования «100-летия единения Тувы и России» (1 марта) или о том, что у «*России и Украины общие исторические корни*» (13 марта), общие культурные ценности, «*многовековая дружба между народами России и Украины*» (4, 13 марта). Тувинская газета сообщает и о том, что, в Туве, как и в разных регионах России, на благотворительный счет поступают средства от членов правительства республики для поддержки населения Украины (6 марта). На фотографиях митинга солидарности с жителями Украины, помещенных в газете, можно видеть лозунги: «*Россия – единая наша держава*», «*Россия своих не бросает!*», «*Мы говорим – “да” твердой решимости Президента России В.В. Путина защитит русскоязычное население Украины!*» (15 марта); «*Победа Крыма – победа России!*» (20 марта). Во время праздничного митинга-концерта в честь присоединения Крыма на фотографиях, помещенных в газете, были видны и другие лозунги: «*Вместе навсегда!*», «*Горжусь своей страной!*», «*Путин прав!*», «*Одна страна – один народ!*» (20 марта). А 13 марта газета публикует сообщение о том, что «*Россия поддержит крестьян Тувы*». И хотя в газете речь шла о субсидиях на развитие растениеводства в республике, хотелось бы отметить небольшой нюанс – случайное или неслучайное стилистическое разделение Республики Тува и России.

Практически все республиканские газеты перепечатывают в эти дни выдержки из выступления президента В.В. Путина перед депутатами Госдумы, членами Совета Федерации, руководителями регионов РФ. Речь президента напоминает аудитории, что Россия – это самостоятельный, активный участник международной жизни, и у нее, как и у других стран, есть национальные интересы, которые нужно учитывать и уважать (ТП. 20 марта). Продолжая тему России, некоторые издания (та же

«Тувинская правда») помещали на своих страницах сведения о значении Крыма для России, вспоминали сопротивление русских князей набегам Крымского ханства, азовские походы Петра Первого, Крымскую и русско-турецкие войны XVIII–XIX вв., Великую Отечественную войну. В других перепечатках из центральной прессы также рассказывалось об истории Крыма, о его значении для России (ИУР⁹. 20 марта). Авторы из федеральных изданий (о которых в первой части нашего исследования не было сведений) подчеркивают важнейшее стратегическое значение Крымского полуострова, обеспечивающего доступ России к южным морям (ИУР. 20 марта), заверяют, что *«радикалам не удастся разрушить многовековое братство, историческое, духовное и культурное единство наших народов»* (Карелия¹⁰. 13 марта).

Пресса республик свидетельствовала в эти дни о большом и тревожном внимании россиян к происходившим на Украине событиям, сообщала о добровольном сборе средств в помощь крымчанам, о митингах в поддержку народа Украины и в поддержку Крыма (ИУР. 6, 13, 20 марта). Идеи о том, что Россия поддерживает Крым, что Крым вернулся в состав России, присутствовали в разных формах во всех газетах этого времени. На фоне эмоциональных выступлений названных изданий несколько выделяется отсутствием комментариев «Правда Бурятии» («ПБ»), занятая в этот период своими внутриреспубликанскими политическими разногласиями (об этом ниже).

«Мы – россияне» – образ и идея, присутствующие в СМИ, как известно, также могут способствовать формированию общероссийской идентичности и объединению населения страны в единое общественно-политическое сообщество. Эта идея могла бы стать в пропаганде в мартовские дни особенно актуальной. Так и происходило во многих общенациональных изданиях. Но можно с сожалением зафиксировать, что идея «мы – россияне» в республиканских газетах звучала довольно слабо и робко. Идея общности и единства россиян разных национальностей, идея целостности страны лишь слегка просматривалась сквозь краткие сообщения о политических событиях в связи с Украиной и изредка – в исторических сюжетах. Но многочисленные лозунги о России в сообщениях о митингах, возможно, несколько компенсируют этот очевидный на сегодняшний день информационно-пропагандистский недостаток.

Федеральная российская власть – это, как известно, также одно из олицетворений современной страны, довольно важный штрих к ее образу (особенно на взгляд субъектов). В нынешних непростых условиях тема центральной власти, организующей жизнь в стране, должна бы стать более актуальной, находящейся в центре общественного внимания. События на Украине и возвращение Крыма могли бы стать заметным поводом для упоминания о роли лидеров страны и других представителей центральной власти. Отчасти это и отразилось в публикациях республиканских газет. Но лишь изредка затрагиваемая и в обычные дни роль федеральной власти в жизни республик и в этот период не становится важной для местных изданий. Республиканским газетам необходим существенный повод для упоминания о деятельности центральной власти, для привлечения к ней особого внимания своих земляков. Анализ прессы показал, что из федеральных лидеров в республиканских газетах в этот период звучало лишь имя президента страны В.В. Путина. В татарстанской газете, кроме В.В. Путина, упоминался также и премьер-министр Д.А. Медведев. Таким образом, важность и актуальность деятельности федеральных властей,

их гражданских миссий, их ответственности перед россиянами через этот источник информации до республиканской общественности доносится слабо. Но в том ли состоит их задача? Нам представляется, что, с точки зрения формирования региональной идентичности своего населения, эта задача для республиканских СМИ может и не быть столь уж актуальной. Но с точки зрения сохранения единства страны, формирования массовых представлений о ее целостности и неделимости, формирования у населения общероссийской гражданской идентичности, эта задача является и для региональной прессы государственнозначимой.

Очевидно, поэтому и **тема взаимоотношений республик с федеральным центром** освещается в современной республиканской прессе также не очень заметно. А ведь федеральный центр (столица) – это, как отмечают исследователи, символ страны и ее целостности, это структуры федерального и регионального управления, это узел многочисленных экономических, финансовых, культурных и прочих связей. Справедливо или нет, но именно здесь, как правило, концентрируются элита страны и капитал. Федеральный центр – это своеобразная витрина страны, место опережающего развития, пример для многих регионов. Это и своеобразное место помощи и защиты для всех россиян, а иногда – и «мальчик для битья» (Тишков 2003: 297–298). В целом в Карелии, Удмуртии и Татарстане редкие упоминания в прессе о федеральном центре звучат позитивно, а в Бурятии и Туве, судя по высказываниям некоторых жителей, с элементами недовольства. Поводом, например, в Бурятии, стали косвенные замечания некоторых бурят об их неудовлетворенности нынешними границами республики (об этом ниже). А в тувинской газете темы взаимоотношений республики и федерального центра коснулся бывший глава правительства СССР Н. Рыжков, посетивший Туву. Он анализировал нынешнее состояние республики и заметил, а газета зафиксировала, что *«Тува – это уникальная республика... Но республика до сих пор живет в условиях территориальной оторванности и замкнутости... Не надо обижаться, – подчеркнул Н. Рыжков, – но власти региона не смогут самостоятельно поднять Туву. Если не будет участия федерального центра, то эти проблемы будут подниматься еще 35 лет»* (ТП. 27 марта). Таким образом, по неактуальности этой тематики в республиканских газетах можно предположить, что в отношениях субъектов РФ и федерального центра в настоящее время нет особых проблем, поскольку эти отношения регламентированы законодательством и строятся в зафиксированных правовых рамках. И это так. Но некоторые проблемы все же существуют, хотя они, возможно, не так актуальны и остры на сегодняшний день, поэтому, по мнению местных идеологов, обсуждать их публично в прессе, как это делалось в 1990-х годах, сейчас не стоит.

Газеты, выбранные нами для анализа, это, как правило, органы республиканских властей. Поэтому важной задачей для них должно быть формирование у читателей позитивных представлений **о своей республике, о своем крае и его народе**. Эту задачу такие газеты осуществляют несколько активнее, чем прочие. Образ своей республики практически во всех изданиях складывается из небольших сообщений об экономике, политике, культуре, реже истории. Много внимания уделяется простым житейским вопросам, сфере ЖКХ, быту. И все же можно выявить ряд публикаций, из которых складывается индивидуальный, хотя и схематичный, образ конкретной республики. Так, тувинская газета в этом месяце напоминает своим читателям о том, что столица Тувы находится в центре Азии, что и подтверждает фотографией одноименного обелиска в своей столице (ТП. 13 марта). Читатели также

узнают, что республика готовится отметить два знаменательных события в своей жизни – 100-летие единения с Россией и 70-летие добровольного вхождения Тувинской народной республики в состав России (ТП. 20 марта). Еще одно краткое сообщение – о перевозке в Туву алтайских маралов – показывает, что в республике стремятся возродить исчезнувшее мараловодство (ТП. 1 марта). Примерно таким в этом месяце мог бы быть представлен жителям Тувы их регион, если бы не события, связанные с Украиной и Крымом.

Об особенностях своей республики пишет и газета «Республика Татарстан» («РТ»). «Татарстан сегодня – один из крупнейших, промышленно развитых регионов России. У нас есть различные производства. Татарстан будет надежным партнером», – отмечал его глава Р. Минниханов на переговорах в Крыму (6 марта). Идея общности Татарстана и России заметно присутствует на страницах газеты. Она звучит в комментариях по поводу Крыма: «Март 2014 года войдет в отечественный календарь под знаком исторического воссоединения нашей страны и исконно российского Крыма, который 60 лет назад был бездумно подарен Хрущевым союзной в ту пору Украине» (РТ. 20 марта), и в цитируемых газетой лозунгах с митинга в поддержку решения крымчан стать частью России: «Мы говорим Крыму: Добро пожаловать в Россию!» (РТ. 18,20 марта), и в сообщениях о важной роли татарстанского руководства и персонально его лидера Р. Минниханова в переговорах с общиной крымских татар (РТ. 4,13,20 марта). Но нельзя и здесь не отметить маленький стилистический (и идеолого-политический) нюанс о некоторой отдельности двух явлений: «И Россия, и Татарстан не могли остаться в стороне от таких политических событий...» (РТ. 20 марта).



«Известия Удмуртской Республики».
20.03.2014



Газета «Республика Татарстан».
20.03.2014

Жители российских республик поддерживают возвращение Крыма

И со страниц удмуртской газеты вырисовывается образ ее республики. По словам ее главы А. Соловьева, это республика с хорошим стратегическим положением на стыке Европы и Азии, с развитой промышленностью и культурой производства. Но, анализируя ситуацию, он с горечью отмечает, а газеты транслируют его слова о том, что республика «катастрофически проигрывает» соседним регионам по устройству городов и качеству дорог, по привлекательности жизни. Из Удмуртии продолжает уезжать молодежь (ИУР. 27 марта). Образ республики и здесь, как и в других газетах, складывался с помощью информации о повседневной жизни, о работе ее органов власти, о задачах и перспективах ее развития, о необходимости об-

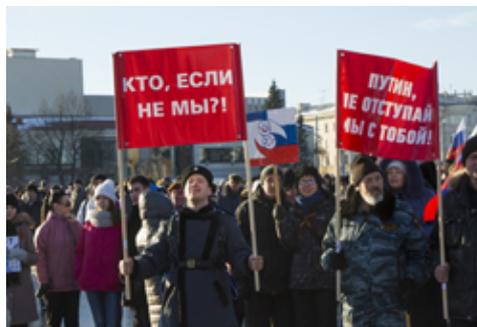
новления социально-экономической стратегии ее развития, о том, что здесь будет ускорено создание автомобильного кластера и кластера стрелкового оружия на базе концерна «Калашников» (ИУР. 4, 27 марта). Но образ России, идея единства с ней в ежедневных публикациях замечается с трудом. Тем не менее эта идея становится намного заметнее также в связи с событиями на Украине и в Крыму. *«Мы поддерживаем решительные действия нашего президента, направленные на восстановление исторической справедливости, на защиту русских людей»*, – пишет газета за три дня до крымского референдума (ИУР. 13 марта). И после референдума идея защиты российских интересов не сразу уходит со страниц газеты: *«Крым был и остается неотъемлемой частью России. Перед этим бессильны и время, и обстоятельства, все исторические перемены»*, – восклицает газета (ИУР. 20 марта).

Карельское издание, представляя читателям образ своей республики, неоднократно в этот период обращает внимание на прекрасную природу Карелии, на повышенную привлекательность ее для гостей. И эта газета также рассказывает о подготовке празднования 100-летия образования своей республики, о визите сюда рабочей группы Совета Безопасности РФ, направленной для оценки ситуации в республике и для выяснения возможности оказания ей помощи в получении федерального финансирования (Карелия. 4 марта). Карелия, как и все другие регионы страны, внимательно следила за развитием «крымских событий», что также отражалось в ее главной газете. Несмотря на некоторые свои трудности, *«Карелия готова оказать помощь народу Украины»*, – отмечала газета (13 марта). На ее страницах выступал глава республики, лидеры Совета ветеранов, другие общественники, отмечавшие, что *«наши соотечественники, наши братья и сестры на Украине нуждаются в нашей помощи и поддержке»* (13 марта). И в этой газете неоднократно озвучивалась идея, что *«Крым – это российская территория, и мы полностью приветствуем решение крымских властей о вхождении полуострова в состав России»* (13, 18, 20 марта). В карельской газете приведены выдержки из знаменитой речи В. Путина и комментарии к ней главы республики А. Худилайна: *«Мы должны поддержать действия Президента, который взял на себя огромную ответственность за безопасность и будущее России, за сохранение мира в Европе»* (20 марта).

Каждая республиканская газета показала в эти дни определенный порыв своих граждан, их эмоциональный подъем, позитивную оценку и поддержку действий Российской Федерации, принявшей в свой состав два новых субъекта – Крым и Севастополь. Однако, как показал анализ информации, достижения в экономике и в культурной жизни своих республик показывались их прессой очень фрагментарно и лаконично. В отличие от многих центральных изданий в республиканской прессе чувствуется заметная осторожность, робость, неумение или нежелание местных журналистов касаться действительно важных и актуальных для республик общественно-политических сюжетов. И здесь наши выводы вполне согласуются с заключением региональных аналитиков, отмечающих недостаточность использования СМИ местными властями для информирования и просвещения своего населения (Лепилкина 2008: 151–158).



Митинг 16 марта 2014 г.
(Газета «Карелия»)



Митинг в Петрозаводске 18 марта
2014 г. (Газета «Карелия»)

Тем не менее **образ республиканской власти** присутствует во всех изданиях довольно стабильно. Приоритет – первым лицам республик. Карельская газета, например, в этот период упоминает в основном только главу республики, который «лидирует в “медиарейтинге” губернаторов» (18 марта). В тувинской, удмуртской и татарстанской газетах, кроме первого лица, называют еще и руководителей 2-го и 3-го уровней. В Бурятии, кроме первого лица, также изредка упоминаются чиновники и второго ранга. Все издания отзываются о своей республиканской власти позитивно и корректно. Иногда элементы некоторой критики можно увидеть в адрес только самых «местечковых» руководителей. И это можно считать почти правилом для современной региональной российской периодической печати.

Идея «мы – граждане, народ республики», направленная на консолидацию своего населения, присутствует в этих изданиях очень нечетко. В лучшем случае в газетах звучит – «население, земляки» или «жители нашей республики». В период митингов на плакатах можно увидеть объединяющее массу людей слово «мы»: «Крым, мы с тобой! Мы вместе!». Но оно может быть отнесено только к группе людей, написавших плакат, и далеко не всегда может быть ассоциировано со всем населением республики или страны. Поэтому жители республик в большинстве случаев предстают на страницах этих изданий просто населением, а не ее сообществом, согражданством (так же, как и россияне).

А вот **идея «Мы – этнос»** довольно четко присутствует в республиканских изданиях. Ее можно встретить в кратких и редких упоминаниях об историческом прошлом своего края, в также довольно редких в этот период сообщениях о материальной культуре, но особенно заметно в публикациях о национальном языке. Все эти элементы – заметные признаки этнической жизни народа, и они в той или иной степени присутствуют во всех республиканских газетах. Идея «мы отдельный народ-этнос» довольно выпукло связывается в прессе в первую очередь с языком. Это, как известно, одна из важных составляющих этнической культуры, заметный признак принадлежности людей к определенной этнической группе (хотя и не всегда). Поэтому во всех газетах (кроме карельской) в этот период представлены отклики на проходящие в республике общественные дискуссии на эту тему.

В информационном пространстве Тувы обсуждаются проблемы недостаточного знания и владения титульным языком населением и даже чиновниками. Обсуждается и проблема неравенства русского и титульного языка (ТП. 1 марта). Часть этих вопросов актуализируется в это время и в Бурятии (ПБ. 6 марта). Бурятская газета рассказывает о неудавшихся попытках ввести в школах обязательное изуче-

ние бурятского языка (*«Мы буряты помогли себе потерять свой язык»*. ПБ. 6 марта). «Правда Бурятии» сообщила о решении Народного Хурала обязательно изучать бурятский язык в школах республики. Однако, по словам газеты, это решение *«в жесткой форме»* было оспорено прокуратурой и государственно-правовым комитетом. В результате бурятский язык решено изучать (*«пришлось изучение делать»*) в русскоязычных школах на добровольной основе (ПБ. 6 марта). В Удмуртии в эти дни также появляется статья *«Депутаты заговорят по-удмуртски»*. В ней газета сообщает, что депутаты и сотрудники аппарата Госсовета УР *«принялись за изучение удмуртского языка. Это дело добровольное, но народным избранникам будет полезно знать язык для того, чтобы общаться с жителями сел, основная масса которых говорит именно на удмуртском языке»* (ИУР. 6 марта).

В эти тревожные дни в республиканской прессе упоминается и о связи родного языка с этническим самосознанием, сохраняющим этнос (РТ. 1 марта). Так, в татарстанской газете заметно присутствует идея сохранения национального самосознания, а также идея родства и братства казанских и крымских татар. Газета неоднократно это подчеркивала, заявляя, что *«приверженность крымских татар к националистам сильно преувеличена»* (РТ. 4 марта). Газета подробно перечисляла проблемы, которые считаются у крымских татар нерешенными, рассказывала об истории партнерства и дружбы казанских и крымских татар, о поездках и переговорах делегаций Татарстана и его главы в Симферополь для переговоров и о беспокойстве татарстанцев за судьбу «братьев» (РТ. 6 марта).

13 марта газета писала, что *«...в крымско-татарской среде болезненно воспринимается вопрос о вхождении Крыма в состав России. У многих крымских татар по-прежнему сильна боль депортации 1944 года... Необходима разъяснительная работа»*. И далее сообщалось, что Р. Минниханов, несмотря на препятствия со стороны киевских властей (не пропускали его самолет), сыграл важную роль в урегулировании разногласий между крымскими татарами и действующими властями Крыма. Как показала республиканская пресса, именно татарстанские лидеры и делегация общественности республики, несколько раз посетившие Крым, помогли разъяснить, смягчить и устранить «противоречия» в среде крымских татар, публично пообещав при этом, что Татарстан будет надежным партнером для Крыма (4 марта). Газета сообщает, что между Республикой Татарстан и Автономной Республикой Крым подписано соглашение о сотрудничестве (РТ. 6 марта). И уже после вхождения Крыма в Россию газета напомнила и подчеркнула обещание Президента России В.В. Путина, что на полуострове будет три государственных языка – русский, украинский и крымско-татарский, и что процесс реабилитации крымско-татарского народа будет завершён (РТ. 20 марта).

Продолжая тему формирования республиканской, но, скорее, этнической идентичности в прессе, можно отметить и публикацию тувинской газеты, утверждавшей, что *«Бывших тувинцев не бывает»* (ТП. 13 марта). В этой связи интересно обращение газеты к истории Великой Отечественной войны. Газета напоминает читателям и всем жителям тувинской столицы об украинском городе Ровно – побратиме Кызыла: *«Многие жители Тувы хранят память об отцах и дедах, сложивших свои головы в боях за освобождение Украины»* (ТП. 4 марта). Глава республики Шолбан Кара-оол, выступая на митинге перед жителями республики, отметил: *«Известно, что столица Тувы на протяжении десятилетий поддерживает побратимские связи с украинским городом Ровно, в музеях которого хранятся ценные свидетельства»*

подвигов тувинских фронтовиков... Мы обеспокоены общей ситуацией в Украине и сохранностью бесценных для Тувы реликвий» (ТП. 6 марта). И в следующем номере газеты этот исторический сюжет упомянут уже более подробно: *«Земля украинская полита кровью солдат из Тувы, освобождавших ее от гитлеровцев... За город-побратим Ровно насмерть бился эскадрон тувинских кавалеристов-добровольцев...»*. И это был один из редких примеров, показывающий попытку газеты использовать исторические факты для формирования этнического и гражданского самосознания тувинцев, делающий более зримой идею солидарности россиян с украинским народом.

Таким образом, можно отметить, что в начале марта 2014 г. сразу несколько республиканских газет одновременно (случайно это или нет – сказать трудно) привлекли внимание своей общественности к сложностям языковой ситуации в республиках и к важности сохранения этнического самосознания как важнейшего фактора существования народа-этноса.

Вопрос о **диаспорах и земляках**, расселяющихся по стране или миру, довольно важный для современных центральных СМИ. Но в республиканских изданиях в этот период он не является актуальным. Значение диаспоры для республик – это важный, хотя и неоднозначный вопрос. С одной стороны, это отъезд довольно активных, преимущественно молодых земляков в другие края и физическое сокращение своего населения. С другой стороны, это формирование «нашего» этническо-земляческого анклава в других значимых (как правило, более развитых) регионах страны и мира. Это «наши» люди, с «нашим» языком, с «нашими» обычаями и мипониманием, солидарные с «нашим» народом, живущие не здесь, но тоскующие по «нашей» земле, по «нашей» культуре, традициям... И это люди, способные в трудную минуту материально и духовно помогать своим землякам, своей исторической родине. О земляках за пределами республики в этот период вспомнила только тувинская газета, утверждавшая, что *«бывших тувинцев не бывает»* (ТП. 13 марта). Власти Тувы, хотя прямо об этом и не говорят, хотели бы использовать на благо республики возможности и помощь земляков, в разное время проживавших на ее территории.

Тема **русского населения в республиках**, в отличие от времен укрепления республиканского суверенитета в начале 1990-х годов, в данный период в газетах также практически не затрагивается, за исключением языковых проблем и некоторых элементов культуры. Возможно, этот вопрос уже здесь не так и актуален. Или слишком мало в республиках осталось активных русских жителей (кроме Татарстана и Карелии), чтобы эта проблема казалась важной для общественного внимания. И представители других этносов, проживающих в республике, также практически не упоминаются в прессе этого периода. То же можно сказать и о **мигрантах**. Лишь небольшие упоминания о нелегалах в Карелии, которых готовятся выселить из республики (Карелия. 4 марта) и о создании в удмуртской столице Ижевске спецучреждений для мигрантов (ИУР. 4 марта).

На одно из заметных мест в газетах выплывает **идея конкуренции или сравнения** «нас» с другими республиками и регионами страны. Эта тема присутствовала во всех республиканских изданиях (кроме Бурятии). Сравнение регионов идет в политической, экономической, культурной сферах. Немало упоминаний о разнообразных рейтингах политиков или самих субъектов, о конкурсах в сфере культуры, быта, об отзывах третьих лиц. Эти небольшие упоминания могут быть условно

названы «наши маленькие радости», поскольку краткие сообщения о них почти всегда в газетах позитивны. Основная информация сводится к восклицаниям и утверждениям о том, что «мы гордимся!», что «у нас не хуже, чем у других» или «у нас тоже все неплохо». Это сообщения о том, что «у нас повышается рождаемость» (в Бурятии), что «наше законодательство улучшается», а «наша девушка стала мисс Финно-Угрии», или о том, что «мы входим в десятку регионов России по темпам ввода детсадов» (в Удмуртии). Карелия гордится своими природными условиями, лучшими для зимнего отдыха, гордится своей литературой, тем, что ее жители поддерживают народ Крыма и, конечно, тем, что глава Карелии лидирует в медиарейтинге... Глава Тувы, как свидетельствует ее республиканская газета, «вошел в число высокоэффективных губернаторов» (ТП. 6 марта). Это же издание с гордостью сообщает читателям, что Тува названа «высокоустойчивым регионом» (13 марта). И наконец, радостное сообщение газеты о том, что «Крым вошел в Россию!» (ТП. 27 марта). И это тоже радостное известие для жителей республики. А для Татарстана предметом гордости в это время стало то, что он является одним из привлекательных регионов России для инвестиций (РТ. 4 марта), что он также является «третьей столицей России» (4 марта), что республика нравится заезжим иностранцам (7 марта). Гордятся жители республики и тем, что «мы богаты, хотя и расточительны» (20 марта). Но кроме того, татарстанцы гордятся своим ансамблем песни и танца республики (1 марта) и тем, что «Крым возвратился домой» (14 марта).

Но не всегда сравнения с другими регионами и субъектами бывают оптимистичны. Так, и.о. главы Удмуртии в своем выступлении перед республиканским Госсоветом с горечью заметил, что «по величине средней зарплаты Удмуртия занимает лишь 55 место среди регионов России» (ИУР. 27 марта). Все эти сообщения, информирующие жителей о некоторых местных успехах или проблемах, помогают формировать у них представления о самой республике, о ее больших и малых достижениях и победах, воспитывают у них чувство сопричастности к ее жизни, чувство местного патриотизма.

В этой связи возникает вопрос: а привлекают ли современные коммуникаторы внимание своих земляков к событиям и социально-политическим сложностям в республике, к признакам некоторой нестабильности или **конфликтности в регионах**? И если такая информация встречается, то как комментируют и объясняют местные идеологи эти факты? Анализ прессы показал, что в 2014 г. упоминания о социальной активности населения и о конфликтных ситуациях в некоторых республиках стали в разных газетах довольно заметной темой. И если в изданиях Карелии, Удмуртии и Татарстана такие сюжеты в марте практически отсутствовали, то в Бурятии и Туве были, и обсуждались они в печати публично. Например, и в той, и в другой республике пресса пишет о возникших у них сложностях в современной языковой ситуации (об этом уже упоминалось выше), о некоторых «перекосах» в использовании титульного и русского языка (в образовании и в целом в общественной жизни), рассказывает об общественных дискуссиях на эту тему. Еще один узел конфликтности в этих республиках, как показывают газеты, связан с интернет-сайтами для молодежи, где обсуждаются не только языковые вопросы, но и муссируются национал-радикальные идеи и лозунги.

Бурятская газета, кроме этого, немалое внимание уделяет и **противостоянию местных политических группировок**, их лидеров, подчеркивает опасность этих процессов для целостности своей республики. В газете появляется большая и до-

вольно эмоциональная публикация о неких силах в республике, *«готовых сменить в ней власть по украинскому сценарию»*. Публикация под названием *«Бурятия в ожидании Майдана?»* (ПБ. 20 марта) рассказывает о проведенной дискуссии (на круглом столе), посвященной попыткам дестабилизации общественно-политической ситуации в республике. Почему встал такой вопрос и даже вышел на широкое общественное обсуждение? Авторы публикации пишут о «пятой колонне» в республике, которая может стать наиболее вероятным регионом для дестабилизации ситуации в стране... В газете названы фамилии бывшего мэра Улан-Удэ (партия «Гражданская платформа») и других политиков, принимавших участие в местных выборах, но проигравших. По словам газеты, оппозиционеры призывали восстановить Бурятию в границах 1937 г. и использовали при этом лозунги *«Бурятия – превыше всего!»*, *«Думать по-бурятски!»* и др. *«Не исключено, – пишет газета, – что и на предстоящих выборах в горсовет Улан-Удэ объектами спекуляции вновь станут национальные проблемы»* (ПБ. 20 марта). Опасными узлами и здесь является ситуация с бурятским языком, которым далеко не все жители республики владеют хорошо, а также проблема равного представительства разных групп населения на высших должностях. *«...Уже год, как началась беспрецедентная атака в СМИ на власть Бурятии, цель которой – смещение главы республики Вячеслава Ноговицына. За всем за этим проглядываются узкокорыстные интересы группировки политиков–реванистов во главе с Айдаевым, Матхановым и Мархаевым... Чем грозит республике захват власти со стороны этой группировки? В этом случае раскол бурятского народа по родоплеменному признаку не будет преодолен. Вновь политическая и экономическая элита народа будет представлена только западно-бурятской частью бурятского народа», – пишет газета* (ПБ. 20 марта).

В этой большой статье автор выделяет **«руку Америки»**, о которой можно судить, в частности, по деятельности в Интернете. *«Картина удручающая, – пишет автор публикации. – На сегодня в его просторах функционируют десятки пропандистских сайтов, названия которых говорят сами за себя: “Свободу Северной Монголии (Бурятии)!”*, *“Американская ассоциация бурят-монголов”*, *“Все монголы!”*... *В своих постах участники провозглашают, что Бурятия – это не Россия, что буряты – не отдельный народ, а часть монголов, бурятский язык – лишь диалект монгольского... В общем, на глазах у всего мира идет борьба за умы и души бурятской молодежи. Очевидно, что заказчиком дестабилизации в Бурятии выступает Госдеп США, финансирующий эти панмонгольские сайты. В соседней Монголии американцы ведут усиленную вербовку группы блогеров из среды монгольских бурят и молодых монгольских политиков, налаживают связи в Бурятии для идеологической дестабилизации региона...»*. В этом же номере газеты была опубликована резолюция Круглого стола, на котором бурно обсуждались все острые вопросы. Смысл ее примерно тот же, но акцентируются аналогии с украинским «майданом», где *«к власти добрались экстремисты-бандеровцы»*. В этих условиях, говорится в документе, *«перед властью и обществом стоит непростая задача: сохранить межнациональный мир и спокойствие... преодолеть социальное расслоение, бедность и коррупцию... устранить питательную почву»*. В резолюции звучит призыв: *«Созграждане, земляки! Проявим гражданскую смелость, не поддадимся на провокации вороватых реванистов, поддерживаемых заокеанской кликой!»* (ПБ. 20 марта).

Вслед за этими эмоциональными словами газета публикует сообщение о создании в республике общественных советов в исполнительных органах власти: при

всех министерствах, службах, агентствах республики. И в следующем номере, вышедшем через неделю, как бы продолжая тему, газета сообщает, что чиновникам Бурятии не надо бояться сокращений. И кроме того, упоминает, что в Улан-Удэ создаются спецотряды *«альтернативной молодежи»*, которые будут следить за общественным порядком в столице республики. Направления деятельности этого молодежного проекта под названием «Альтернатива» – допризывная подготовка, молодежная дружина, патриотическое воспитание... Предполагается и оплата их деятельности. А несколько ранее, 13 марта, газета сообщала о том, что президент страны В.В. Путин отправил в отставку министра внутренних дел Бурятии.

Немаловажный интерес в этой связи представляют и публикации в тувинской газете, которая обращалась в этот период к своим проблемным сюжетам. Один из них, также как и в Бурятии, касается использования тувинского языка в общественном пространстве республики. Тувинская интеллигенция тревожится о сокращении его употребления (ТП. 1 марта). Энтузиасты национального языка и национального этикета, заботясь о его спасении, создают свои этнические интернет-сайты (например, «Тыванет»), призывают соотечественников учиться говорить и писать на правильном тувинском языке, не употреблять одновременно тувинские и русские слова, не употреблять русских окончаний в тувинской лексике. Но, пользуясь тувинскоязычными сайтами, участники понимают и сами отмечают, что руководители этих сайтов и групп – не местные тувинцы, а люди, находящиеся за рубежом, *«где-то в теплых странах»*. И их руководящая деятельность отчего-то осуществляется инкогнито, хотя и звучат обещания *«открыть свое реальное лицо в будущем»*.

Такая деятельность «застенчивых» зарубежных покровителей, пытающихся издать руководить жизнью исторической родины и навязывающих свою версию ситуации в стране, известна в специальной литературе как «поджигательская». Она направлена против республики и против самого государства и может влиять как на сознание и представления части жителей, так и на политику в стране, что, в свою очередь, может привести к сепаратизму (Тишков 2003: 353). В Туве объявлен год русского языка, и *«в Интернете, пишет газета, – началось обсасывание и охаивание темы. Как обычно: “А когда будет объявлен год тувинского языка?.. Этот русский язык такой трудный, все эти суффиксы и префиксы... Издательство над детьми... Кому это надо?..” Больше всего заводит агрессоров то, что ни русского, ни тувинского языка толком не знают даже наши чиновники»* (ТП. 1 марта).

Можно упомянуть и другой конфликтный сюжет – случайное (?) упоминание газетой эпизода о непонимании и отрицании в прошлом частью тувинской молодежи (студентами) необходимости промышленного развития республики и цели строительства железной дороги в Туву. Однако теперь, спустя 3–4 года, по словам газеты, *«ребята осознали и приняли, что эти меры послужат толчком экономическому развитию Тувы»* (ТП. 1 марта). По свидетельству газеты, и в этой республике всплывают некоторые проблемы, связанные с деятельностью Интернета. Но подробностей об этом нет. Газета лишь сообщает, что в республике проходит месячник с участием представителей правоохранительных органов и надзорных структур, направленный на предупреждение и профилактику негативных явлений (1 марта).

В татарстанской газете в этот период, как уже говорилось, также поднимался языковой вопрос. Здесь рассматривалось состояние русского языка и русской культуры в полиэтничном пространстве. Не заостряя проблему, русские авторы в русскоязычной газете сообщили о проходившей в Казани научной конференции на эту тему. Участники ее пришли к выводу, что проблемы с изучением русского языка характерны для всей страны, в том числе и для Татарстана. И их надо решать за

круглым столом. «Важно помогать сохранению языков и национального самосознания, а не бороться с ними и разумно регулировать внутренние этнонациональные процессы», – замечают авторы сообщения (РТ. 1 марта).

* * *

Одним из результатов нашего анализа стало выявление частоты упоминания в газетах отдельных элементов текста и их эмоциональной окраски. В табл. 3 приводится распределение этих условных единиц счета в конкретных изданиях.

Таблица 3

Информационные приоритеты или частота упоминания некоторых элементов текста в республиканских газетах (март 2014 г.)

Место	Бурятия	Карелия	Татарстан	Тува	Удмуртия
1	Идеи	Лексемы	Идеи	Лексемы	Идеи
2	Лексемы	Идеи	Крым	Россия / страна	Крым
3	Титульный этнос	Россия / страна / Крым	Лексемы / поддержка и посредничество / Россия / страна / Украина	Украина	Россия / страна / Украина
4	Россия / страна	В. Путин / русские	Крымские татары	Идеи / Крым	Лозунги
5	Лозунги	Лозунги / Севастополь	Своя республика / лидер республики	Лозунги / поддержка / история	В. Путин / Лексемы / митинги / поддержка
6	<u>Тревога и беспокойство</u> / В. Путин / своя республика / лидер республики / история / Крым	Украина / эмоции (возмущение и радость)	В. Путин	Митинги / <u>тревога и беспокойство</u>	Лидер республики / история / титульный этнос
7		Своя республика / ее лидер / история / митинги / оценка возвращения Крыма	Лозунги / митинги / <u>тревога и беспокойство</u> / титульный этнос / история / русские	Своя республика / титульный этнос / В. Путин / оценка возвращения / эмоции (радость)	<u>Тревога и беспокойство</u>
8		<u>Тревога и беспокойство</u> / титульный этнос	Севастополь		

Таблица 4

**Некоторые идеи (идеологемы), содержащиеся в республиканских газетах
в период возвращения Крыма в Россию**

	Бурятия	Карелия	Татарстан	Тува	Удмуртия
<i>Мы не равнодушны к тому, что происходит в Крыму</i>	+	++	+	+	+
<i>Мы обеспокоены процессами на Украине и в Киеве</i>		+	++	+	+
<i>Предотвращение кровопролития на Украине – главная задача Москвы</i>			+		
<i>Крым всегда был и должен быть с Россией</i>		+	+	+	++
<i>Крымский референдум легитимный, никто не сомневается в этом</i>				+	+
<i>Возвращение Крыма – это восстановление подлинной справедливости</i>		++	+		+
<i>Мы должны поддержать, и мы поддерживаем действия Президента</i>		++	+	+	++
<i>Наши народы – братья</i>		++	+	+	+
<i>У России и Украины общие исторические корни, общие культурные ценности</i>				+	
<i>Наши соотечественники и братья на Украине нуждаются в нашей помощи</i>		++		+	+
<i>Выражаем поддержку народам Крыма и Севастополя</i>		++	+	+	+
<i>Мы за мир в братской стране</i>		+	++	+	+
<i>Вместе победим</i>				+	+
<i>Победа Крыма – победа России</i>				+	
<i>Мы своих не сдаем</i>		+		+	++
<i>Горжусь своей страной</i>				+	
<i>70 лет назад мы тоже добровольно вошли в состав России</i>				+	
<i>Наша республика должна занять достойное место в экономическом пространстве страны</i>				+	+
<i>Мы против фашизма</i>		+		+	+
<i>Мы вместе сражались за полуостров с фашистами</i>			+	++	++
<i>Наши братья – крымские татары. Мы обеспокоены их судьбой</i>			+		
<i>Крымские татары – не националисты, у них множество нерешенных проблем</i>			+		
<i>У многих крымских татар сильна боль депортации 1944 года, необходима разъяснительная работа</i>			+		

	Бурятия	Карелия	Татарстан	Тува	Удмуртия
<i>Россия профинансирует процесс восстановления прав крымских татар</i>			+		
<i>Не все молодые россияне понимают – нужен ли Крым России</i>	+				+
<i>Возможен ли экспорт оранжевой революции в России?</i>	+				
<i>В республике есть силы, готовые сменить власть по украинскому сценарию. Их цель – захват власти в регионе</i>	+				
<i>Бурятия – следующая после майдана</i>	+				
<i>Заказчик дестабилизации в Бурятии – Госдеп США</i>	+				

В табл. 4 приведены некоторые политические, общественные и экономические идеи (идеологемы), распространявшиеся российской республиканской прессой в горячие дни возвращения Крыма в Россию в марте 2014 г. В этих идеях заложены и обобщены некоторые взгляды и представления определенной части граждан об общественных процессах и о ситуации в стране, а в данном контексте – о событиях на Украине и в Крыму. Как показывает практика, эти идеи и призывы способны побуждать другую, массовую часть населения к осмыслению действительности в заданном направлении. Как правило, подобные идеологемы делают людей сопричастными к обсуждаемым процессам, мобилизуют и ориентируют немалую часть общества на выполнение определенных групповых (в данном случае – государственных) интересов. И участвующие в этом СМИ представляют их своей аудитории как норму, как актуальные для всех задачи и идеи. Или порой, наоборот, отвлекают, уводят массовое сознание от важных проблем. В данном случае республиканскими газетами фиксируется, что «мы» обеспокоены ситуацией в братской соседней стране, причем некоторые идеологемы звучат как установка: «*помощь братскому народу – наша общая задача*», «*мы должны поддержать... и поддерживаем*». Часть идеологем, рассыпанных в информации прессы, передают убежденность, что «*наши действия правильны*», что «*возвращение Крыма в Россию – это справедливо*».

Некоторые выводы

Обобщая кратко приведенные выше материалы, можно сказать, что **российские республиканские газеты**, выполняющие и в наше бурное время определенную общественно-информационную миссию, остаются для многих жителей в регионах связующим звеном, площадкой, где, хотя и дозированно, но обсуждаются местные проблемы, о которых населению может быть известно. С помощью этих изданий внимание общества сосредоточивается в основном на локальных проблемах. Однако, оставаясь в основном зависимыми от местных властей и спонсоров, малотиражными и осторожными (в силу объективных и субъективных причин), эти издания все же способны играть определенную информационно-коммуникативную, а порой и мобилизующую роль для жителей своих территорий.

Образ своей республики, ее властей и ее граждан эти (русскоязычные!) газеты формируют в основном с помощью информации о заседаниях республиканского руководства, о малозначимых общественных и бытовых событиях, о ЖКХ и социальных учреждениях. Однако образ титульного этноса республики представлен в газетах заметно подробнее (в основном через национальный язык и национальные культурные особенности). Довольно ярко присутствует на страницах изданий и идея этнореспубликанской конкуренции или сравнения «нас и других», где «мы» по разным параметрам тоже выглядим совсем неплохо. Довольно болезненная для спокойствия жителей республик тема о конфликтных ситуациях звучит в газетах только в исключительных случаях, когда властям действительно необходимо обратиться на это общественное внимание, привлечь и убедить сторонников своих действий.

Если рассматривать содержание этих изданий с точки зрения их общегосударственной, общественно-политической насыщенности, то можно фиксировать в ежедневной информации, что **образ России** – как единой страны и образ россиян – как единого многонационального народа просматривается в этих изданиях довольно слабо. Информация о взаимоотношениях своей республики и Центра также сведена в этих газетах к минимуму. Это же впечатление социальной и творческой осторожности можно отнести и к другой информации, например, – о федеральной российской власти. В таком виде этот канал массовой информации имеет большой и неиспользованный потенциал для сплочивания граждан, для формирования у них общероссийской идентичности. Что же касается республиканской власти, то внимание аудитории и здесь газеты сосредотачивают в основном только на республиканских лидерах самого высокого уровня.

Республиканская пресса, как и все СМИ в стране, внимательно следила за **событиями на Украине и в Крыму**, за процессом возвращения Крыма, хотя и не так подробно, как центральные газеты. Этот процесс представлялся газетами как, безусловно, позитивный. Отметим, что в республиканских изданиях материалы носили в основном только информационно-эмоциональный характер, без особых, принятых в центральных СМИ комментариев и оценок. Газеты сообщали о проходящих в стране митингах поддержки и солидарности с «братским» украинским народом, писали о таких же митингах поддержки и присоединения Крыма, о сборе средств для помощи населению Украины. Пресса описывала все эти процессы с идеей тревоги и беспокойства за судьбу народов соседней страны, подчеркивая историческую близость российского и украинского народа, называя украинцев в начальный период «братьями».

Россиян газеты представляли на своих страницах как людей миролюбивых, справедливых, солидарных с братским украинским народом, как антифашистов, беспокоящихся за мир в своей и соседней стране. В отличие от центральной прессы, где «нам – россиянам» массивно противопоставлялись «Запад» и нелегитимная украинская власть («бандерофашисты», «евробандеровская власть в Киеве», «украинизаторы»), в данных республиканских газетах нет ярко выраженной идеи о негативном участии «Запада» в событиях на Украине (кроме газеты «Правда Бурятии»).

Заметим, что **вопрос о полиэтничности** Крыма в эти дни практически не обсуждался на страницах республиканских газет, за исключением вопроса о судьбе русских людей. Перед референдумом в Крыму (первая половина марта) в газетах усилились и ранее звучавшие в прессе нотки тревожности о судьбе русских людей, о судьбе русского языка и русской культуры на Украине и в Крыму. А в газете «Республика Татарстан» общественное внимание специально привлекалось к положению и судьбе «наших братьев» – крымских татар, у которых остается много серьезных, нерешенных в рамках Украины вопросов. Пресса и другие СМИ респуб-

лики информировали свою аудиторию о роли общественности Татарстана и его руководства в судьбе крымско-татарского народа, о результатах переговоров делегаций Татарстана, неоднократно посещавших Крым для переговоров с представителями крымско-татарской общины, об обещаниях Татарстана и России оказать крымчанам свою поддержку в решении острых вопросов.

Результаты крымского референдума были представлены россиянам республиканской прессой (так же, как и центральной) как «наша» победа, как справедливое историческое событие, с радостью, всеобщим энтузиазмом и пафосом. Радостные сообщения о митингах солидарности и поддержки решения крымчан, а вслед за этим и решения российского руководства о присоединении Крыма и Севастополя в качестве новых субъектов федерации после 16 марта 2014 г. были опубликованы во всех газетах. В процессе присоединения Крыма, как показывали наши СМИ, для россиян был важен не столько географический фактор (увеличение территории страны, хотя это всегда немаловажно), сколько исторический и эмоциональный. И хотя значение Севастополя как военно-морской базы ЧФ в этой прессе не замалчивалось, все же республиканская пропаганда ее особо не акцентировала. Основными идеями и в республиканских газетах были «помощь нашим соотечественникам, их защита и восстановление исторической справедливости».

В дни возвращения Крыма в Россию в газетах была отмечена заметная **вспышка общественных эмоций**, общего внимания и определенного единения граждан внутри республик и со страной в целом. Но такие события, как известно, случаются нечасто. Однако все это так или иначе способствовало подъему общественно-патриотических настроений в стране, чувству солидарности и единства россиян, созданию атмосферы общественного оптимизма. Возвращение Крыма в Россию, или присоединение Крыма к России, стало мощным информационным поводом для взрыва патриотических чувств и порывов россиян и в центральной, и в республиканской прессе. Градус общероссийской гордости и идентичности был в стране в эти тревожные и радостные дни особенно высок, в том числе и благодаря средствам массовой информации. И таким, запечатленным в российских СМИ, несмотря на многие противоположные общественные нюансы, он останется для наших потомков.

¹ Впервые текст был опубликован в серии «Исследования по прикладной и неотложной этнологии» (Малькова 2015). Для настоящего издания сделана новая редакция текста.

² См., например: Губогло 2014; Кряжков 2014; Старченко 2015; Томсинов 2014 и др.

³ Эпиграф к книге А.Н.Радищева «Путешествие из Петербурга в Москву» (1790).

⁴ Вторая часть нашего исследования посвящена деятельности республиканских газет Бурятии, Карелии, Татарстана, Тувы и Удмуртии по освещению «украинских и крымских событий»

⁵ См.: URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Комсомольская_правда#Тираж

⁶ Подробнее см., например: URL: <http://www.regnum.ru/news/polit/>

⁷ Подробнее см.: URL: <http://referendum2014.ru/news/>

⁸ Стратегия государственной национальной политики Российской Федерации на период до 2025 года (утв. Указом Президента РФ от 19 дек. 2012 г. № 1666). URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/70184810/>

⁹ «Известия Удмуртской Республики» («ИУР»).

¹⁰ Общественно-политическая газета «Карелия».

КРЫМ В РОССИЙСКИХ СМИ ТРИ ГОДА СПУСТЯ: ЭМОЦИО И РАЦИО¹

Исполнилось три года с момента присоединения Крыма и Севастополя к России. С тех дней произошло много важных общественно-политических событий и в России, и в Украине, и в остальном мире. Какова сегодня оценка этого явления, озвучиваемая нашими экспертами, аналитиками и журналистами в российских средствах массовой информации? Что в «крымских событиях» сегодня важнее – рациональные (прагматичные) результаты этого события или эмоциональные? *Рацио* или *эмоцио*?

Эти формы человеческой реакции на определенные явления, как известно, включают в себя разную оценку происходящих явлений. *Рацио* – это тщательная, по возможности объективная аналитика конкретного события и его мотивов, это прагматичный подход к его оценке, с точки зрения полезности явления для «нас» или для «других», это и осмысленное прогнозирование будущих его последствий. *Эмоцио* – это упрощенное и довольно скорое эмоционально-психологическое восприятие и оценка явления, связанная с яркими переживаниями, включающими и позитивную возбужденность, и радость, и удовлетворенность. Но, естественно, *эмоцио* может быть и негативным – возбужденность с неудовольствием, с возмущением, с гневом, с агрессией. Соотношение *рацио* и *эмоцио* при оценке каждого конкретного случая может быть и бывает неодинаковым, как и их баланс. Например, что важнее в бизнесе – рациональность или эмоциональность? А в музыке – рациональность и упорядоченность ее структуры или ее эмоциональная заряженность? Что касается оценки общественно-политических явлений, например, таких как присоединение Крыма к России, здесь этот вопрос особенно сложен. Обществоведы хорошо понимают, что ценностные и мировоззренческие вопросы трудно поддаются компромиссным решениям (Тишков 2013а: 15). И когда идеологи, целенаправленно освещая с помощью СМИ конкретное событие, педалируют ту или иную сторону, то это ведет к его переоценке или недооценке и к манипуляции массовым сознанием. В данном случае, рассматривая медийное освещение событий, связанных с присоединением Крыма к России, мы остановимся на их рациональной и эмоциональной оценке в современных российских СМИ.

Давно уже определено, в том числе и нами (Малькова 2004в), что медийная информация, как и вся иная, состоит из фактов и комментариев, о которых сообщается по разным информационным каналам, из специально создаваемых образов, стереотипов, явных или скрытых идеологем, удобных для разных периодов мифов, особых лексических форм и прочего. В данной статье будут рассмотрены **идеологемы** – одна из важных и актуальных составных частей медиаинформации. Именно идеологемы, имеющие порой заметную оценочную и установочную окраску, наряду с другими компонентами и информационными приемами, при оценке общественных явлений играют особую роль в информационных потоках, хотя не только они одни. В данной работе будут предложены результаты сравнительного анализа касающихся присоединения Крыма идеологем, выявленных нами в разных информационных источниках. Освещение в СМИ «крымских» и связанных с ними последующих событий – как внутрироссийских, так и за пределами страны – это один из примеров современной информационно-пропагандистской деятельности, направленной в том числе и на укрепление общегражданской общности россиян. Важно не просто рассмотреть их с целью определения соотношения *эмоцио* и *рацио* в обще-

ственной оценке этого события, но увидеть и понять направленность современной медийной деятельности для дальнейшего сплочения российской нации.

Присоединение Крыма и Севастополя к России в марте 2014 г. изменило очень многое и для самих крымчан, и для России, и для Украины, и для многих других стран. Это событие, которое до сих пор обозначается в публичном пространстве как «возвращение», «присоединение», «аннексия» или «захват», уже три года волнует не только политиков, журналистов и других экспертов, но и миллионы обычных людей, политически, экономически, патриотически, эмоционально вовлеченных в этот продолжающийся процесс. Оценивая это грандиозное событие, президент В. Путин заметил: «Россия в полный голос заявила о себе как сильное, самостоятельное государство с тысячелетней историей и великими традициями, как нация, которая консолидирована общими ценностями и общими целями»². Многие политические силы в разных странах и в самой России пытаются использовать это событие в своих интересах – для мобилизации гражданской идентичности и для поднятия патриотических настроений у населения (и в Украине, и в России), для создания образа врага, для разжигания межэтнической и межконфессиональной розни, для решения экономических, политических и других вопросов. И во всем этом активно участвуют медиаресурсы, поддерживаемые разными общественно-политическими группами.

Представляя некоторые результаты исследования современной российской прессы, так или иначе откликнувшейся на присоединение Крыма и Севастополя к России, отметим, что мы рассматривали медийное освещение этого события в два этапа. Первый – в бурные мартовские дни 2014 г. (результаты этого анализа центральной и республиканской прессы уже опубликованы в наших работах³). И второй этап – его мы представляем сегодня, спустя три года после события, в дни празднования его трехлетней годовщины. В качестве источников для данной работы были взяты следующие российские издания (табл. 1).

Таблица 1*

Издание	Тираж (экз.)
Аргументы недели (АН)	320 000 (1-й выпуск)
Аргументы и факты (АиФ)	1 700 183
Известия	76 080
Коммерсант	30 000
Комсомольская правда (КП)	262 226 (1-й номер)
Московский комсомолец (МК)	950 000
Независимая газета (НГ)	40 000
Российская газета (РГ)	134 226
Советская Россия (СР)	120 000 (общий тираж)

* Анализировались номера каждой газеты за две недели, с 9 по 24 марта 2017 г. (сплошная выборка). При сплошном контент-анализе во всех названных газетах в этот период зафиксировано 74 публикации, так или иначе затрагивающих присоединение Крыма и Севастополя к России, а в них – 608 ед. подсчета (в том числе идеологемы, лексемы, лозунги, насмешки и т.д.).

Россия празднует трехлетие присоединения Крыма

Спустя три года после присоединения российские журналисты с удивлением, а порой и с некоторой обидой отмечают, что Крым Украина считает *«оккупированной территорией»* (КП. 21 марта). Но несмотря на многие внешние и внутренние нападки, в марте 2017 г. наша страна торжественно отметила трехлетие этого события. Теперь в прессе и на телевидении уже реже, но все еще громко (например, в устах депутата Госдумы Жириновского) утверждается: *«В Крыму живут русские люди. Это русская земля. И теперь навсегда, навечно над Крымом будет развиваться русский флаг!»* (КП. 20 марта). К этому эмоциональному суждению по своему присоединяется и другой видный член Госдумы – К. Затулин, подчеркнувший, что: *«Это самое важное событие в моей жизни... Справедливое, честное, чудесное»* (КП. 20 марта). С ним согласен финансист А. Мамонтов, рассматривающий присоединение Крыма к России вместе со многими другими экспертами как акт *«восстановления справедливости»*. А генерал-полковник Л. Ивашов считает, что *«вхождение Крыма в состав России – это начало собирания постсоветского пространства, большой России... В дальнейшем – Союз народов бывшего СССР»* (КП. 20 марта).

В дискуссиях, которых в дни трехлетней годовщины присоединения Крыма было в прессе и на телевидении немало, как и в 2014 г., звучало множество эмоциональных высказываний о том, что *«историческая справедливость была восстановлена»*, что *«нам есть чем гордиться, есть, что любить»*, что *«мы вернули что-то свое, родное»*, что *«преданная аудитория насчитывает миллионы россиян»* (Известия. 17 марта). Российская пресса, как и в 2014 г., в дни трехлетней годовщины показывает *«всенародную эйфорию»*: *«В афише – торжества во всех крупных городах России, в Москве и в Крыму, праздничные шествия, митинги и концерты»* (Известия. 17 марта). Артисты давали представления с говорящими названиями: *«Русь великая. От Владимира – до Владимира»* (Известия. 17 марта). В Москве перед главным университетом страны был организован грандиозный, патриотически направленный концерт, транслировавшийся по центральному телевизионному каналу. Большая площадь перед зданием МГУ символически была оформлена длинной георгиевской лентой, над слушателями и зрителями развивался 8-метровый российский флаг, народ танцевал под *«Смуглянку»* и *«Цыганочку»*. Популярные певцы, участвовавшие в этих концертах, также как и певица Вика Цыганова, поднимали патриотический настрой слушателей, утверждая, что *«мы вместе навеки и навсегда»* (АиФ. 22–28 марта). Воистину, как писали газеты: *«Президент подарил стране праздник 18 марта»* (МК. 18 марта).

Была и «ложка дегтя» в медийных публикациях этого праздника. Некоторые столичные газеты практически промолчали об этом событии, как, например, «Российская газета», поместившая 16 марта лишь крохотное фото о мальчике, рожденном в Крыму в эти дни три года назад. И «Советская Россия» также осветила это событие довольно формально, поместив фотографию праздника в Крыму (18 марта) и еще две маленькие заметки. Другие издания с ехидцей замечали, что *«неприятный для власти 100-летний юбилей Февральской революции постараются прикрасить этим праздником»* (МК. 18 марта). Были сообщения и о том, что митинги и концерты прошли во многих городах страны. Но, по сообщениям ряда изданий, далеко не вся Россия отмечала это событие как праздник. В некоторых городах прошли формальные собрания, в других от массовых мероприятий отказались (в Петербурге, Татарстане), не везде в торжествах приняли участие и первые лица субъектов (Коммерсант. 20 марта).

Общая оценка присоединения Крыма

Еще в начальный период после присоединения Крыма, в марте–апреле 2014 г., мы зафиксировали в российской прессе множество идеологов, оценивающих это грандиозное событие в основном эмоционально и позитивно. Многочисленные информационные каналы сообщали о том, что *«Крым вернулся в состав России»*, что *«его возвращение – это акт исторической справедливости»*, что *«в Крыму живут русские люди, которых Россия должна защищать»*, что *«Россия – замечательная страна и защищает своих повсюду»*, что *«наш президент прав, и мы все его поддерживаем»*. Но и в те первые дни российского триумфа в СМИ 2014 г. встречались и комментарии с осторожными и даже критическими оценками.

В качестве примера приведем некоторые идеологемы из газет того стремительного и бурного времени (КП, АН, СР. Март – апрель 2014 г.): *«У России и Украины общие исторические корни»*; *«Россия своих не бросает!»*; *«Мы говорим – “да” твердой решимости Президента России В.В. Путина защитит русскоязычное население Украины!»*; *«Крым в составе Украины находился незаконно»*; *«Возвращение Крыма в Россию – это восстановление исторической справедливости»*; *«Победа Крыма – победа России!»*; *«Вместе навсегда!»*; *«Горжусь своей страной!»*; *«Путин прав!»*; *«Рейтинг Путина выше, чем рейтинг Обамы»*; *«Нам объявили санкции, но мы их не боимся»*; *«Россию прижать не получится!»*; *«Санкции повредят не нам, а им»*; *«Нам надо усилить свою оборону»*; *«Россия – единая наша держава»*, *«Одна страна – один народ!»*... В этом наборе довольно эмоциональных идеологем, представленных российской аудитории нередко в форме лозунгов, можно видеть направленное утверждение в массовом сознании нескольких важных общественных ценностей: образ сильной и справедливой России; необходимость защиты русскоязычного населения; торжество «исторической справедливости»; уверенность россиян в том, что «санкциями нас не запугаете»; правота и решимость президента Путина, его поддержка россиянами. Эти эмоциональные идеологемы направлялись в массовое сознание, в народ, чья психологическая и политическая поддержка была в этот период властям особенно необходима.

Но это событие оценивали и другие аналитики, которые рассматривали его не только эмоционально, но и несколько критично, хотя в целом также позитивно. В некоторых СМИ, кроме одобрения, встречались и осторожные суждения о возможном нарушении международного права, о непонимании и неприятии этого события другими странами и о возможных санкциях с их стороны. Были и другие суждения. Так, часть экспертов оценивала в 2014 г. возвращение-присоединение Крыма с позиций геополитики. При этом выделялась и заметно акцентировалась идея о еще одном ярком поводе для укрепления суверенитета нашей страны. *«Присоединение Крыма стало одновременно актом вызова России по отношению к новому мировому порядку, который сложился по итогам холодной войны, и актом ревизии собственной постсоветской концепции государственности»* (М. Ремизов); *«Воссоединение с Крымом означало принципиальный отказ играть по правилам, которые пишутся в Вашингтоне, Лондоне и Брюсселе»* (В. Федоров); *«Понимание коллективной силы и коллективных возможностей России как политического целого неразрывным образом связано со становлением новой российской идентичности. Эти процессы взаимно усиливают друг друга»* (А. Зудин); *«В начале 90-х годов нам навязали некоторые форматы самосознания, формы отношения с миром, но мы не должны быть неким доминионом расплывчатого мирового сообщества»* (С. Чер-

няховский). Комментаторы отмечали, что *«эффект Крыма возник не на ровном месте. Он был подготовлен восходящей эволюцией российского общества и российского государства в предшествующий период. И драйверами этой эволюции были преобразования, которые стали происходить в нашей стране с 2000 года»* (А. Зудин)⁴. Идеологема *«восходящей эволюции российского общества и государства»* акцентировалась властями через СМИ как один из важнейших результатов присоединения Крыма.

И в самом деле, присоединение Крыма в 2014 г. рассматривалось не только само по себе, но в более широком контексте. Некоторые из экспертов отмечали в частности, что *«Крым создал двойной конфликт: внешний – с Западом, и внутренний конфликт в элите, которая оказалась поставлена перед выбором»* (В. Федоров). Аналитики подчеркивали: *«Возвращение Крыма запустило в российском обществе внутренний поиск национальной идентичности»* (М. Ремизов); *«Крым инициировал в очередной раз процесс поиска национальной идентичности», «Растет коллективная самооценка народа, который задумывается – кто мы?»* (А. Зудин). Комментаторы соглашались с тем, что присоединение Крыма дало новый импульс для формирования и укрепления национального самосознания, которое, по мнению некоторых, *«у русского народа пока еще не сформировано, хотя его пытаются формировать»* (Ф. Гиренок). Другие высказывали довольно интересную мысль, что *«...тот же крымский прецедент показал, что усиление русского элемента в российской идентичности стало скорее фактором притяжения, чем отталкивания для других народов России... После распада СССР – и с точки зрения национального состава, и с точки зрения территориальной конструкции страны мы стали гораздо более русским государством... Но русская идентичность по-прежнему пугает бюрократию»* (М. Ремизов)⁵.

Через три года российские аналитики стали рассматривать присоединение Крыма к России намного спокойнее и осторожнее. Отмечая, что это событие все еще остается беспрецедентным для страны и мира и фиксируя, что мир после него стал другим, они теперь более трезво анализируют сложившееся в стране и в мире положение. Так, одни считают, что с экономической точки зрения оценивать этот вопрос неправильно и преждевременно, и предлагают вернуться к нему через несколько лет (И. Николаев. МК. 20 марта). Другие задаются вопросом о том, *«что за три года с Крымом мы потеряли и что приобрели»* (М. Ростовский. МК. 17–23 марта). Некоторые эксперты замечают: *«На смену эйфории пришел период осмысления... Всеобщая эйфория от исторического воссоединения перешла в осознанное убеждение – принятое в 2014 г. решение было верным»; «Очень многим в мире это присоединение Крыма не нравится, но это правильное решение... Осознание того, что Крым стал неотъемлемой частью России уже не базируется на эмоциональном порыве. Сейчас сформированы рациональные аргументы, объясняющие почему Крым – это Россия. И он равноправен с другими субъектами Федерации»* (Известия. 16 марта). В эти же дни эксперты обратили внимание и еще на один результат крымской истории: присоединение Крыма раскачало имперские настроения не только в России (Д. Терентьев. АН. 10–15 марта). И действительно, на этот факт, который наверняка в будущем в информационном пространстве усилится, аналитики пока еще не обратили должного внимания.

Конечно, в большинстве мейнстримовских информационных каналов российские эксперты также выделяют, прежде всего, позитивные моменты «крымской ис-

тории». Среди них и сегодня, спустя три года, также все еще доминируют эмоциональные суждения: «*Исторически Крым – это духовный исток России... Крым теперь нужно воспринимать как неотъемлемую часть России, не менее неотъемлемую, чем Москва*» (МК. 17–23 марта); «*В российских условиях у крымчан гораздо больше возможностей для роста и самореализации... Крымчане уверены в правильности своего выбора... Деловая активность в Крыму сегодня высока... Крым – это Россия... Мы счастливы, что Крым вместе с Севастополем вернулся в Россию и стал с ней единым целым*» (Коммерсант. 20 марта).

Идея всеобщего одобрения этого события утверждается в большинстве периодических изданий: «*8 из 10 россиян считают возвращение полуострова в состав РФ полезным*» (КП. 17 марта); «*Жители России возвращением Крыма гордятся больше, чем освоением космоса... Успехи власти за последние 10–15 лет связываются людьми с Олимпиадой в Сочи, с «Крым наш» и с обороной страны*» (АиФ. 22–28 марта). В разных формах современные российские идеологи утверждают в массовом сознании идеи: «*Вхождение Крыма в Россию принесло пользу крымчанам... Вхождение Крыма в состав РФ принесло пользу России... Вместе с Россией крымчане обрели веру в будущее... Присоединение Крыма к стране принесло только пользу*» (Известия. 16 марта). Авторы публикаций отмечают «*оптимизм крымчан и недовольство Запада*». Нынешняя пресса настойчиво показывает и тиражирует идею, что «*крымчане уже привыкли быть россиянами*» (МК. 16 марта). И это стало в официальных СМИ как бы аксиомой. На вопрос: «*Может ли Москва пойти на какую-либо сделку по Крыму в обмен на отмену западных санкций? Возможен ли повторный референдум по статусу Крыма?*» – пресс-секретарь Президента РФ Д. Песков решительно отвечает: «*Нет, об этом не может быть и речи*» (КП. 17 марта).

Нынешнее положение в Крыму

В этой связи важной представляется и общая картина, распространяемая российскими идеологами, о положении в самом Крыму, оценка ситуации изнутри. Более того, теперь, кроме эмоциональных утверждений о взаимной пользе, нынешней российской аудитории и самим крымчанам необходимы и зримые показатели реальных позитивных изменений, произошедших за три года. И они также присутствуют в российской прессе. Прежде всего обращает на себя внимание немалая доля информации газет о нынешнем положении дел в экономике «вернувшегося региона». Причем многие суждения в эти дни представлены как от имени наблюдателей из федерального центра, так и от некоторых жителей полуострова. Россиянам рассказывают о развитии санаторно-курортных зон в Крыму, о строительстве грандиозного Крымского моста с материка на полуостров, о многих будущих преобразованиях в Крыму и о поддержке крымчан со стороны остальной России. В центре внимания экспертов остается актуальным утверждение, или идея, о которой говорили еще в 2014 г., что «*европейские санкции, ставшие чем-то повседневным, возымели обратный ожидаемому их инициаторами эффект*» (МК. 18 марта).

Пресса предлагает услышать и мнения самих крымчан: «*Мы живем в мире и спокойствии. Миф о том, что крымчане массово уезжают на Украину, развеян*» (РГ. 23 марта). Руководство нынешнего Крыма подчеркивает при этом, что «*События на Донбассе – это напоминание всем нам о том, какой участи избежал Крым... С марта 2014 г. на полуострове сделано больше, чем за 23 года, предшествовавших присоединению Крыма к России*» (Известия. 17 марта); «*Полуостров*

вступает в фазу активной конкуренции как с внешними, так и с внутренними [туристическими] направлениями... Возвращение на рынок главного конкурента Турции не сместит Крым на рынке с лидирующих позиций в предстоящем сезоне» (Известия. 17 марта).

В качестве позитива газеты сообщают о том, что тревожный вопрос, связанный с межнациональными отношениями на полуострове, также в основном решился: *«Об ущемлении прав крымских татар неустанно трубят украинские СМИ; Никакого ущемления прав украинцев и татар, повальной разрухи и нищеты, о которых так часто рассказывает Киев своим западным партнерам, так никто и не увидел; Нас лживо обвиняют в притеснении и угнетении крымских татар, все это – полный абсурд; Положение татар в Крыму устаканилось; Большинству крымских татар вряд ли нужны теперь сторонники разных экстремистских вероучений. После восстановления их прав они стали полноценными гражданами России; Крымчанам упростят процесс выдачи справок о реабилитации...» (МК. 16 марта; КП. 18 марта; Известия. 22 марта).* Эксперт-политолог А. Никифоров в газете «Аргументы и факты» дополняет: *«Разные национальности научились здесь жить рядом... никому не приходит в голову, что оппонентов допустимо ликвидировать физически. А вот на Украине, получившей прививку такой толерантности, сейчас вовсю проповедуется уничтожение инакомыслящих» (АиФ. 8–14 марта).*

И социологи на страницах газет результатами опросов населения подтверждают готовность остальных россиян помочь крымчанам: *«84% россиян считают, что Крыму надо помогать сильнее, чем остальным регионам» (КП. 17 марта).* Однако пресса вынуждена заметить, что теперь, согласно упомянутым соцопросам, хотя *«движений в пользу возвращения Крыма и Севастополя на Украине не наблюдается... кризис сократил число желающих россиян помочь Крыму и Севастополю финансово» (Известия. 16 марта).* К этому времени подоспели данные, представленные Институтом Гайдара. В статье, с говорящим названием «Почем полуостров для народа: 300 рублей в месяц с человека», приводятся данные, способные нарушить «всенародную эйфорию» (Л. Александрова. МК. 21 марта). Гайдаровские эксперты рассчитали и подчеркнули, что ежегодно граждане страны теряют по 4,4 тыс. рублей. Виной тому – продовольственное эмбарго, введенное нашей страной в ответ на западные санкции. Это отметила не только газета «Московский комсомолец», но и «Советская Россия», написав, что *«россияне теряют более 4-х тысяч рублей в год из-за контрсанкций» (21 марта).* И «Известия» также представили свой комментарий: *«...В том, что присоединение Крыма к стране принесло только пользу, уверены 78% опрошенных. При этом, граждане страны не согласны с тем, что Крыму и Севастополю сейчас необходимы финансовые преференции. Большинство опрошенных уверены, что деньги должны выделять в годовицину подписания договора на равных с другими субъектами РФ» (16 марта).* Позитивную картину о положении в Крыму нарушают и крымские правозащитники, которые готовят доклад о сложностях переходного периода для активных граждан и их адвокатов. Они сетуют в «Независимой газете», что *«с момента присоединения Крыма количество политических процессов с участием местных жителей стало неуклонно расти, превысив показатели любого региона РФ – за сепаратизм, за терроризм. Дискриминации подвергаются этнические украинцы, крымские татары, а также представители некоторых конфессий... Крымские адвокаты жалуются на непрекращающиеся обыски и аресты» (16 марта).*

Нельзя не заметить и другие публикации в мартовских столичных газетах, иначе оценивающих сложившуюся через три года ситуацию в Крыму. Еженедельник «Аргументы недели» приводит мнение одного из крымчан, беспокоящихся за свой, слабеющий в новых условиях бизнес. Автор назвал статью «Крымской “Сказке” конец?», поскольку собеседник считает, что его надежды были обмануты: «Сегодня, спустя 3 года, у меня уже нет никаких иллюзий насчет того, будет ли какое развитие региона, появится ли стабильность и человеческое отношение к предпринимателям» (16–22 марта).

Проблемная тема звучит и в серии репортажей о жизни в Крыму в «Комсомольской правде». «Крым – регион даже не особый, а иной. Мы забыли, что жизнь в Крыму имеет множество препятствий, неведомых материковым регионам» (18 марта). Авторы публикаций показывают, что сами крымчане понимают, что все проблемы быстро не решатся. Да, «дороги в ямах, ветшавшие четверть века памятники истории, совковый сервис в отелях... надо здесь менять все под корень, радикально... Крым, сколько в него не вкладывай, так и останется отстойником зловонной советской курортологии... Денег ушла уйма, отдача – «обокрали россиян»... Крым – это фактически пока остров. Не хватает электроэнергии... Черное море стремительно засоляется... Образ жизни уже 26 лет абсолютно сезонный... Перестроиться за 3 года под искушенных заграничными курортами граждан – сложно... Чехарда с законами... Инвесторов мало – санкции» (КП. 18 марта). В «Аргументах недели» об этом же говорит и другой житель Крыма, считающий, что надежды крымчан были обмануты: «...В марте 2014 г. было ощущение, что мы вернулись домой, спустя долгие годы плавания. Казалось, наконец, большая Россия поможет нам решить накопившиеся крымские проблемы, связанные с развитием, с плохими дорогами, инфраструктурой полуострова... Мы считали, что Крым семимильными шагами будет (как и Сочи) подтянут и выведен на новый уровень. Но, к сожалению, почти ничего этого не произошло. Даже те права, которые у нас были, – свобода слова, независимая пресса, свобода предпринимательства – сегодня уничтожены или находятся в загнанном состоянии. Надежды на инвестиции в Крым тоже были растоптаны – никто к нам не едет, деньги не вкладывает, когда понимает, что местные царьки будут этому мешать. Без изменения руководства Крыма все будет по-прежнему» (16–22 марта). Эти споры несколько охлаждает «Комсомольская правда», замечая, что «патриотизм с идиотизмом путать не надо. А крымчанам советую патриотизм искать не только в приезжающих, которых можно ободрать, а в себе» (18 марта).

В «Аргументах и фактах» практически в эти же дни появляется статья публициста Р. Арифджанова, попытавшегося объяснить сложившееся противостояние мнений: «...Москва никогда не позволит себе плевать на Крым и Севастополь, но и от республики и города ждет отказа от иждивенческой позиции... У Севастополя есть все возможности, чтобы перестать быть обузой для России – флот, заводы, стойкость людей. Россия поможет, мост достроит, необходимые средства и кадры пришлет, но и севастопольцам надо перестать кичиться своей исключительностью, а понять – мы уже не маленькие избалованные мальчики, мы многое можем сами... Киев довел полуостров до разрухи не только в городах и курортах, но и в головах... Крым строит в Феодосии 3 корабля “Каракурт” для Тихоокеанского флота. Мы все можем сами. В большой российской семье Севастополь – самый юный и маленький регион, потому иногда, как маленький, капризничает. Ему

все это прощают. Жалуют... После того, как Ельцин неосторожно бросил фразу о том, что национальные республики могут брать суверенитета сколько захотят, некоторые регионы тоже стали артачиться... Но при Путине феодальному самоуправству региональных вождей был положен конец. Россия, не в пример соседям, потому и сильная страна, что в ней сильна центральная власть» (8–14 марта). Эти идеи в «АиФ» дополняет и солидарный с крымчанами руководитель ДНР А. Захарченко, убеждающий читателей газеты, что: «нам Украина для того, чтобы выжить и жить нормально, не нужна, это мы были нужны ей. Наша продукция нужна для России и для Казахстана. Наш металл востребован на любом рынке Европы» (Там же).

Позитивные наблюдатели, оценивающие сложную ситуацию в наши дни, считают, что *«недовольных в Крыму – полтора грузовика. Остальные готовы перетерпеть все, лишь бы с Россией. В России. Это не оценить и не измерить никакими деньгами, надо просто принять с братской благодарностью»* (КП. 1 марта). И действительно, многие авторы приходят к мнению, что *«нужно закончить все споры, а крымчанам дать возможность жить своей жизнью»* (МК. 22 марта).

Образ России в прессе

Представление в СМИ массовому сознанию определенных образов стран, регионов, этнических групп – это также один из широко распространенных информационных приемов, практически всегда манипулятивных. Для создания позитивного или негативного мнения о стране или группе, как правило, используются различные действия – тенденциозная подборка материалов, акцент на одни характеристики и умолчание о других, преувеличения, дезинформация, отвлечение внимания, искажение фактов и т.д. На позитивное или негативное восприятие образа работают также и эмоциональные, и рациональные составляющие информации. Поэтому изучение специально создаваемых образов дружественных или противостоящих сторон, их особенностей, их рядовых членов и их лидеров – одно из направлений анализа СМИ, в том числе и с точки зрения соотношения *рацио* и *эмоцио*. Можно вспомнить наше недавнее прошлое, когда СМИ направленно использовали в межгосударственных отношениях образы наших эмоциональных «друзей» – немецкого «друга Коля», японского «друга Рю» и других. Но приятные в спокойные времена эмоции в международных отношениях становятся небезопасными в период общественно-политических затруднений и кризисов.

В период противостояния, особенно в политическом единоборстве, обычно с обеих сторон заметно усиливается не только сама информационная конфронтация, но ярче (хотя и односторонне) конструируются образы ее участников, меняется и лексика сообщений. Медийная информация направляется, в частности, на формирование массовых представлений о «нас» – справедливых и хороших и о «них» – как нашем обидчике, нашем противнике. Цель этой деятельности – представить для «нас» и для «них» «наше» понимание ситуации, приобрести для «нас» психологическую и политическую общественную поддержку, увеличить число «наших» сторонников и «их» противников как внутри страны, так и вне ее. И здесь далеко не всегда СМИ и идеологи используют рациональные аргументы, больше публицистического внимания уделяется эмоциям – обидам, негодованию, возмущению. В этот период в СМИ особенно часто используются разные манипулятивные приемы.

Как же в эти дни выглядит образ России, представленный в наших СМИ в третью годовщину «крымской весны»? В качестве эпиграфа к этому разделу можно предложить нестандартное высказывание журналиста М. Ростовского из «Московского комсомольца»: *«Большая, далеко не всегда дружная, но всегда “веселая” семья под названием Россия»* (17–23 марта).

Прежде всего отметим, что образ России в наших СМИ всегда в постсоветский период был неоднозначным⁶. Нынешняя свобода слова и сложившиеся в стране общественно-политические реалии позволяют коммуникаторам не столько воспевать страну (как это делалось прежде и иногда делается и сейчас), сколько резко критиковать российскую действительность, власти, их экономический курс, коррупцию и многие другие известные российские беды. Все это стало как бы постоянным фоном в информационном пространстве, которое уже третье десятилетие создают и поддерживают журналисты, разного рода эксперты, многие деятели культуры и их многочисленные спонсоры.

Как и в 2014 г., сегодня в российской прессе можно увидеть главную пропагандистскую идеологему о России – «наша страна миролюбива, она стремится наладить нормальные отношения с нашим многовековым соседом – Украиной». *«Россия заинтересована в том, чтобы у границ существовала единая, предсказуемая и процветающая Украина»* (НГ. 20 марта). Заметим все же, что спустя три года эта идея встречается в нашей прессе довольно редко. Эксперты, как и в 2014 г., стараются убедить россиян в том, что «крымская весна» стала для России хорошим импульсом для многих позитивных процессов: *«Возвращение полуострова стало точкой отсчета в усилении России на международной арене»*. Правда, скептики тут же замечают: *«Украина постоянно требует осудить Россию за Крым, обратилась в международный суд ООН»* (МК. 16 марта). Другие участники медийных дискуссий рассуждают на страницах «МК»: *«Да, мы вернули Крым. И это плюс. Но мы на многие годы потеряли Украину. И это – безусловный минус. Имеем тлеющий на многие годы конфликт у самых ближних своих границ»* и с сожалением дополняют, что *«русская весна перешла в сирийское лето»* (18 марта). Звучат и другие предложения. Так, часть наших либералов считает, что Крым можно и нужно отдать обратно. Но и на это в прессе слышен решительный ответ: *«Юридически вернуть Крым Украине невозможно... Пора перестать делать Западу бесконечные уступки. Пора переходить в политическое контрнаступление»* (МК. 17–23 марта).

Но кроме подчеркивания миролюбивой позиции России в украинском вопросе, можно выделить и продолжающийся в 2017 г. пропагандистский акцент на эмоционально-психологическую оценку крымского события. Ярким ее выразителем предстал в праздничные дни в газете «Аргументы и факты» известный писатель А. Проханов, который, как всегда, образно сформулировал ряд идеологем: *«Присоединение Крыма – это больше, чем собирание утраченных когда-то территорий. Это – собирание утраченной было когда-то русской мечты... После 1991 года русский народ сник, пал духом, он был несчастным народом, его разделили, ему внушили, что он неполноценен. Его поносили, оскорбляли, им управляли ужасные люди. Но Крым показал, что мы по-прежнему великие, что нам сопутствует огромная историческая удача... Крым – это знак нашей непобедимости, знак того, что мы способны восстановить свои великие ценности и великие смыслы... У такого народа будет все – и флот, и самолеты, и ракеты, которые могут палить по террористам хоть из Каспия, хоть из Средиземного моря. И поля у нас заколосятся, и лю-*

бой кризис будет преодолен» (8–14 марта). Это одна из наиболее ярких и эмоциональных оценок крымского присоединения, высказанных в прессе в эти дни и направленных на повышение самооценки, самосознания русских и всех россиян, сделанная авторитетным русским писателем.

Образ России в современных СМИ, конечно же, не стерилен, и зависит он не только от времени, но главное – от реальности, от прожитых событий, от текущей и прогнозируемой политической, социально-экономической и другой ситуации внутри страны и за ее границами. Зависит он и от политических взглядов и ориентаций руководителей отдельных информационных каналов и авторов сообщений на необходимую в этот период (по их мнению) презентацию страны массовому читателю, зрителю, слушателю. И в дни празднования трехлетнего присоединения Крыма и Севастополя в СМИ уже традиционно присутствовали разные точки зрения и на это событие, и на Россию в целом, причем каждое издание представляло своей аудиторией свое видение и свою оценку ситуации.

Пресса представляет россиянам нашу страну в эту годовщину присоединения Крыма и Севастополя (как и всегда в последние десятилетия), мягко говоря, неважно. Наряду с утверждающими идеологемами о нарастающей силе современной России, о мудрости ее правителей, о начале собирания вокруг себя бывших советских республик и других стран, об эволюции или возрождении новой российской идентичности на фоне возвращения Крыма пресса показывает и другую грань образа, другие факты и сопровождающие их идеологемы, которые распространяются и множатся в общественном пространстве. И связано это с присоединением Крыма или не связано, но критическая информация в прессе идет почти по всем сферам жизни – экономике, политике, культуре, образованию, медицине, науке, спорту... Основные идеи в этой части информации сводятся к тому, что Россия в настоящее время – это очень сложная и проблемная страна: *«Россия производит впечатление великой страны, а больше ничего не производит... В России уровень бреда превышает уровень жизни»* (АН. 16–22 марта). Эти и другие идеологемы в той или иной форме высказывают авторы практически всех периодических изданий.

Казалось бы, критический взгляд на действительность – это нормальный информационный процесс в демократическом государстве, где провозглашен и действует принцип свободы слова. Но критиковать и исправлять реальность – дистанция между этими явлениями, как мы видим, очень большая. Публикации о том, что экономика страны уже много лет находится в полуразрушенном состоянии, что одни люди нищают, а другие беспричинно богатеют, что зарплаты у большинства населения маленькие, и во многих случаях даже они не выплачиваются, что правительство никак не разберется с инфляцией, с пенсионными реформами, с бесконечной дорожной бедой, с непобедимой, но все более расширяющейся коррупцией, с почти неуправляемой миграцией, с «утечкой мозгов» за границу и прочее, прочее, прочее. И несмотря на уверения властей об уже «достигнутом кризисном экономическом дне», от которого страна все еще пытается «отталкиваться», многое в этих сферах практически не улучшается. Практически все центральные газеты этого периода (как и других) усиленно представляют свою страну негативно. *«Если мы так много работаем, почему так плохо живем?»* – задает вопрос «Комсомольская правда» (18 марта). *«Спад пошел на рекорд. Ожидания восстановления экономики оказались преждевременными»*, – вторит ей «Московский комсомолец» (МК. 21 марта). Причины, как утверждают и авторы газетных публикаций, и участники много-

численных телевизионных ток-шоу, не только в санкциях, объявленных нам со стороны западных стран в ответ на Крым и Донбасс (о них теперь редко вспоминают в прессе), не только в заметном падении цен на нефть, не только в наращивании военных расходов, но и в непрофессиональном, некомпетентном, по их мнению, управлении страной. Об этом свидетельствуют и медийные публикации, и «уличное» недовольство граждан, выходящих на площади, и периодически вспыхивающие протесты, забастовки и голодовки, о которых многие СМИ умалчивают.

Но авторы «Российской газеты» в это не верят и стараются представить аудитории иную грань российской действительности: *«В этом году Россия войдет в первую тройку стран по темпам роста экономики (прогноз). Росту российской экономики может помешать только снижение нефтяных цен на мировом рынке... В том, что наша страна окончательно выходит из полосы спада, все меньше сомневаются западные аналитики. Как считают эксперты, прогноз вполне объективный, хотя есть факторы, которые могут этому помешать»* (23 марта). Авторы этого издания, как весьма заметно из приведенной цитаты, также осторожно прогнозируют улучшение ситуации при условии, что нам ничто не мешает. Вообще «Российская газета» как правительственный орган, старается внушать людям социальный оптимизм. Он ярко проявился в эти праздничные дни, например, в публикации Е. Добрынина «“Аврора” нам не снится» (23 марта): *«Столетие революции 1917-го российские обыватели не хотят отмечать новыми потрясениями... Жить в эпоху перемен россияне не хотят. Но после кризиса стабильность – это уже времена к лучшему. И ее ждут... Россиянам очень безразлична судьба страны... Они гордятся ее успехами... Под давлением обстоятельств наш патриотизм приобрел несколько иные формы... Рано или поздно это не может не аукнуться достаточно серьезными проблемами, а не только “Сезонной депрессией”... Но в данный момент общество современной России проявляет завидную стойкость, трезвость ума и самообладание... Пока народ России и правда – больше, чем народ. Он демонстрирует поразительную способность сохранять единство, не поддаваться панике, мобилизовать скрытые резервы. Столетие Октябрьской революции практически никто не готов отмечать новыми переворотами и бунтами... Ощущение великодержавности играет на руку действующей власти... В целом, россияне со знаком плюс оценивают курс, по которому идет государство...»*. Приведенные здесь идеологемы, направленные в общественное сознание, опять показывают скорее эмоциональный, чем рациональный, подход правительственных аналитиков к ситуации в стране.

Свое несогласие с таким социальным оптимизмом высказывает «Независимая газета», авторы которой утверждают, что *«...внутренняя повестка в России безыдейна и мало привлекательна... Страна, где средняя зарплата по стране вдвое ниже прожиточного минимума, не может быть великой державой»* (16 марта). А в газете «Аргументы и факты» на первой странице помещен большой коллаж – человек задумался перед картой страны: *«Где в России жить хорошо?»*. В этом же номере известный публицист В. Костиков замечает: *«Появление свободной прессы и возможностей для критики системы выявило те проблемы, о существовании которых простой советский человек и не подозревал. Оказалось, что воспетая в песнях и стихах гармония межнациональных отношений между национальными республиками была сильным преувеличением, что в республиках Средней Азии при всей видимости советской власти сохранились многие элементы полуфеодальных от-*

ношений и многие аспекты жизни регулировались мусульманскими обычаями, которые Москва старалась не замечать... В обществе стали прорастать негативные настроения – усталость и безразличие, агрессия, растерянность и страх... Успехи власти за последние 10–15 лет связываются людьми с Олимпиадой в Сочи и «Крым наш», со сферой обороны... Чиновники сегодня являются главными оптимистами. А оптимизм работающего населения начал падать... Стабильность сегодня воспринимается населением как одно из достижений нынешней политической системы... “Мы ждем перемен. Перемен требуют наши сердца. Перемен требуют наши глаза...”» (22–28 марта).

К этим настойчивым сигналам и подсказкам властям со стороны прессы можно добавить и еще некоторые **идеологемы**, выявленные нами в указанных изданиях в ходе дополнительного их анализа всего лишь за одну неделю после основного исследования.

- Страна хаотичная и непредсказуемая (МК);
- Продолжаем жить по принципу: «от кризиса – до кризиса» (МК);
- Экономика отброшена на годы назад (МК);
- У России нулевой экономический рост и отрицательный промышленный (СР);
- Цены на продукты растут как на дрожжах (МК);
- Грядет новая шоковая терапия (МК);
- Россияне и дальше будут терять свои доходы (НГ);
- Рукотворный кризис отечественной экономики (НГ);
- Власть стремится замалчивать, игнорировать протесты (МК);
- Протестные акции дошли до Совета Федерации. Валентина Матвиенко призывает разобраться – почему граждане выходят на митинги (Коммерсант);
- Успокаивать граждан власть решила через суды (НГ);
- Растет число разочарованных граждан (СР);
- Громкие речи и рапорты (СР);
- Проводится «большая государственная «оптимизация» (СР);
- Ориентация студентов на быструю иммиграцию (Коммерсант);
- Отъезд как начало карьеры (Коммерсант);
- Лучшие умы покидают Россию; кризис в промышленности (МК);
- Короткая сырьевая волна (Коммерсант);
- Критическая информационная инфраструктура (Коммерсант).

В прессе звучит очень злободневный для сегодняшней России вопрос: «Почему у российских регионов так мало шансов на развитие?». И сама же пресса дает на него ответ, с которым нельзя не согласиться: «Чиновничьи злодейства и беспросветная российская глупость» (АН. 23–29 марта). Но теперь, по словам «Московского комсомольца», нас поддерживают и крымчане, предлагая в прессе свой рецепт: «России нужно стоять и держаться» (16 марта).

Так много критики в нашей современной прессе документально зафиксировал ее анализ! Такой не очень-то привлекательный образ России представляют россиянам центральные газеты! И не только им. И при этом так мало позитива о ней видит аудитория из этого информационного источника! Можно задаться вопросом: почему журналисты и многочисленные эксперты, нередко получающие финансовую поддержку от налогоплательщиков, так односторонне видят и показывают нашу

жизнь? И так ли печально все это на самом деле? Каковы же мотивы авторов различных изданий для такого массивного представления обществу наших российских недостатков и пороков?

Можно предложить следующие объяснения этому информационному нагнетанию негатива.

- Авторы публикаций видят многочисленные недостатки в стране и искренне хотят исправить ситуацию.
- Несмотря на неоднократно предоставляемую властям информацию, власти страны мало что исправляют, поэтому пресса в разных формах настойчиво напоминает им о проблемах.
- Проблем, бед и неурядиц в большой стране всегда было и будет много, это – наша судьба, и исправить ситуацию полностью не в силах никто. Но напоминать обществу об этом необходимо.
- Здесь действуют для СМИ и механизмы рыночной экономики – желание коммуникаторов с помощью критики властей привлечь больше общественного внимания не только к недостаткам, но и к своему продукту (изданию) с маркетинговыми целями.
- С помощью таких материалов СМИ провоцируют и усиливают недовольство общества в интересах определенных общественно-политических групп.

Образ Украины в прессе

Рассматривая выявленные нами в прессе еще 2014 г. идеологемы о присоединении Крыма к России, отметим, что определенная часть журналистского внимания была направлена в горячий период крымских событий на формирование общественных представлений не только о нашей стране, но и о других странах, противостоящих или поддерживающих «нас» в этом событии. Противников оказалось больше, чем союзников. Среди противников – это Украина и «Запад», включающий часть стран Европы и США.

Естественно, что информационные сюжеты в российских СМИ, связанные с присоединением Крыма, неизбежно затронули нынешнюю Украину, которая теперь должна была примириться с новой ситуацией. Напомним о некоторых чертах соседнего государства, зафиксированных нами в публикациях российских столичных газет 2014 г. («Комсомольская правда», «Аргументы недели», «Московский комсомолец», «Советская Россия» и др.). В дни возвращения Крыма в нашу страну Украина была представлена в информационном пространстве двояко – как братская славянская страна, о которой россияне традиционно заботятся и беспокоятся, и как страна, постепенно превратившаяся в нашего противника. Негативный образ довольно быстро занял в столичной прессе (но не в республиканской!) лидирующие позиции. Большинство сообщений о жизни Украины, а главное о ее властях, было в нашей прессе в 2014 г. негативным. Позитив практически не упоминается, как, впрочем, и о жизни других стран – бывших советских республик. Приведем лишь некоторые **идеологемы об Украине**, выбранные нами из указанных изданий в марте–апреле 2014 г.⁷.

- *Украинцы – наш братский народ;*
- *Мы обеспокоены процессами на Украине и в Киеве;*
- *В Киеве сейчас плохо, и это трагедия для простых людей;*

- *Руководство на Украине нелегитимное;*
- *У власти в Киеве – откровенные русофобы;*
- *Украина в руках олигархов;*
- *В украинском руководстве продолжаются ссоры;*
- *У них плохая и слабая армия, глупые офицеры;*
- *У них лживое телевидение и все СМИ;*
- *Украина превращается в европейское Сомали;*
- *Украина скоро распадется.*

Эти эмоциональные идеологемы из российских столичных газет совпадают по своему настрою и направленности с тем, что говорили аналитики в тот период и в Интернете: *«Одной большой проблемой становится все украинское государство, точнее, то, что от него осталось после государственного переворота ... Украина целенаправленно идет в ад, поэтому любые проблемы, которые есть в Крыму и в Севастополе, сравниваются с украинской катастрофой, и болезненность их существенно снижается»* (В. Фёдоров)⁸.

Таким образом, можно отметить, что большинство идеологем об Украине в начальный «крымский период» сводилось в российской прессе к эмоциональному утверждению: *«Они – плохие, а мы – хорошие»*. Такие же идеологемы направлялись в адрес стран Запада, не одобрявших присоединение Крыма к России. Конечно, подобные идеи с разными нюансами всегда присутствуют в информации двух конфликтующих сторон. Однако стоит заметить, что в республиканских российских СМИ негативные высказывания об Украине звучали в дни присоединения не так напористо, как в центральных. Здесь пресса, как и во многих других ситуациях, была значительно мягче, вернее, осторожнее в оценке этого исторического события. И идеологемы в официальных изданиях Башкирии, Бурятии, Карелии, Татарстана, Удмуртии, Якутии встречались иные: *«Наши народы – братья»*; *«У России и Украины – общие исторические корни и общие культурные ценности»*; *«Наши соотечественники и братья на Украине нуждаются в нашей помощи»*; *«Мы за мир в братской стране»*; *«Мы против фашизма!»*. Эти и другие подобные высказывания были основным лейтмотивом республиканских изданий того периода⁹.

* * *

Как же выглядят в российских СМИ идеологемы об Украине и Крыме спустя три года после этого события?

Образ Украины и через три года представлен в нашем информационном пространстве довольно расплывчато и в основном однобоко – негативно. Если раньше, в 2014 г. важными идеологемами в нашей прессе были идеи о братстве наших народов, о сочувствии ему (*«В Киеве сейчас плохо, это трагедия для простых людей... На Украине анархия и трагедия для миллионов людей»*¹⁰), то теперь таких идей в прессе не видно. Нет теперь и сочувствующих упоминаний о русских и других русскоязычных жителях Украины. Зато и сегодня, хотя не очень заметно, но все же газеты указывают на ошибочное стремление Украины в Европейский союз и приводят робкие аргументы: *«Практика показывает, что почти все государства бывшего СССР, входящие на сегодняшний день в ЕС, отнюдь не благоденствуют. Они претерпевают глубокие кризисы во многих сферах. Рассчитывать на иную судьбу для Украины в составе ЕС – неоправданный оптимизм»* (КП. 21 марта).

Определенное внимание российские комментаторы уделяют и украинской власти. Эта нормальная в обычное время информация в данном случае может также рассматриваться как ответ на конфронтацию с той стороны, ставшую уже традицией после крымских событий и даже раньше – до и после «майдана». Как показали наши исследования, образ украинской власти и три года назад был представлен россиянам довольно жестко. По ТВ и со страниц газет в то время звучало: «Руководство Украины – самопровозглашенное, нелегитимное... У власти в Киеве откровенные русофобы... Украина превращается в европейское Сомали...»¹¹. Спустя три года подобные идеологемы все еще присутствуют в наших СМИ, но уже как будто чуть мягче: «Выглядеть цивилизованными у украинской стороны здравого смысла не хватило... В украинской власти сейчас нет единства... В ближайшем будущем недовольные националисты могут стать большой проблемой Порошенко... Украинские военные применяют пытки к своим гражданам, но расследований по этим поводам нет... Порошенко лишний раз убеждает радикалов в том, что он трус и подталкивает их к конфронтации» (РГ. 15 марта).

Образ Украины подается нашей прессой и с другого ракурса. Некоторые аналитики пытаются представить реальные аргументы и характеристики страны-соседки. Например, «Московский комсомолец» отмечает, что Украина – «решительный враг России и всего русского»; она приняла «шквал откровенно националистических и дискриминационных законов» (о языке, голодоморе и др.); она проводит «масштабную кампанию по героизации петлюровцев, [устраивавших] кровавые еврейские погромы» (МК. 25 февраля). Поводов для усиления информационных перепалок с обеих сторон в наши дни оказывается немало. Так, некоторый информационный шум в праздничный период был связан в СМИ, например, с Евровидением. Украина запретила российской певице принять участие в международном конкурсе, который должен пройти в Киеве. Ее обвинили в том, что она без разрешения украинских властей ранее выступала в Крыму. Наши СМИ и общественность были возмущены тем, что власти Украины признали российскую певицу «угрозой национальной безопасности» (РГ. 23 марта). Не могло остаться незамеченным и утверждение украинской стороны о российской угрозе: «...Российская угроза привиделась СБУ и на западе Украины, где украинцы обнаружили “автономистские настроения”, отчетливо проявляющиеся у отдельных национальных меньшинств (венгров, румын, болгар, гагаузов и этнографической группы русинов). [Украинская сторона заявила, что эта ситуация] – итог подрывной работы, проводимой извне, а не реакция на насильственную украинизацию, практикуемую Киевом» (РГ. 20 марта). Наши идеологи отмечают удивление зарубежных политиков «из бывшего союбблока, пораженных тем количеством желчи, которым Украина поливает жителей Крыма и Россию» (МК. 22 марта).

Но спустя три года и наши журналисты уже открыто высмеивают «нынешнее великоукраинство», отмечают «простодушное противоречие хворого самостийного социума, разрывающегося между ненавистью к москалям и желанием заработать». «Сегодня украинец – пламенный патриот из Львова, поливающий грязью “Кацапстан”. А завтра – маляр-штукатур в чертановской двушке. Белит потолки какому-нибудь “колораду” и подчищает свой Фейсбук на всякий случай»; «Украинские “патриоты” пошли в последний и решительный бой супротив “страны-агрессора”, то бишь – России, которая, как известно, на войну так и не явилась» (КП. 15 марта); «Они с 2014 года научились скакать на майдане, теперь пусть учатся жить без света, тепла и скоро без продуктов, без зарплаты и пенсий» (А. Захарченко. АиФ. 8–14 марта).

Российская пресса и российское телевидение (как и украинское у себя!) практически ежедневно уже на протяжении нескольких месяцев публично и очень громко обсуждают конфронтацию наших стран, события в Донбассе и ЛНР, где участники с обеих сторон нередко при участии представителей третьих стран горячо обвиняют друг друга. С нашей стороны отмечается, что *«...Украина продолжает нарушать Минские соглашения... Киев довел полуостров до разрухи не только в городах и курортах, но и в головах»*. Авторы говорят о *«недостаточном уважении к закону на Украине»*, о том, что *«ДНР и ЛНР рвут связи с Киевом»*, о том, что *«ДНР объявила ответную блокаду Киеву... Блокада уже нанесла Киеву значительный ущерб – около 3 млн долларов»* (НГ. 20 марта).

Но СМИ не скрывают, хотя и открыто не афишируют, что длительное время экономические, финансовые и культурные связи наших двух стран несмотря на жесткое информационное противостояние все же не прекращались. *«Война – войной, а бизнес – есть бизнес»*, – замечает «Комсомольская правда» (15 марта). Тысячи украинцев продолжают жить и работать в России, посылая домой на Украину заработанные во враждебной стране деньги, две противостоящие страны обмениваются товарами, украинские политологи свободно выступают со своими суждениями на экранах российского телевидения, некоторые российские предприятия и банки все это время спокойно работали на Украине. Но об этом наши СМИ говорили очень редко. И в трехлетнюю годовщину этому замалчиванию пришел конец. Началась «банковская война», о которой СМИ в ситуации противостояния уже не могут молчать.

И этот еще один повод для противостояния опять вызвал в информационном пространстве бурю эмоций. Теперь газеты с возмущением сообщают о требованиях депутатов Украинской Рады российским банкам – уйти с украинского рынка. Наши комментаторы с ложным удивлением восклицают: *«...Почему в Киеве кошмарят Сбербанк?.. Украинские “патриоты” пытаются выгнать с независимой российские банки... Украина готовится к новой эскалации в банковской войне с Россией»* (КП. 15 марта). Ситуация в прессе очень нечеткая. Воистину «война-войной, а бизнес – есть бизнес». Наши идеологи в прессе старательно убеждают россиян (и наших противников?) в том, что *«подрывать дееспособность российских банков, выгонять их из страны – все равно, что затягивать петлю на собственной шее»*, что *«Нацбанк накажет не Путина, а украинский бизнес и граждан»*, что *«от происходящего в банковской системе страдают простые украинцы»*. И неожиданно звучит, что *«эскалация банковской войны идет и с российской стороны»* (НГ. 23 марта). В этой ситуации наши аналитики опять строят прогнозы: *«Следующим шагом украинских властей может стать выход из СНГ и введение виз для россиян»*. При этом эксперты не исключают и дальнейшую эскалацию в отношениях двух стран (НГ. 23 марта). В целом, и в дни празднования третьей годовщины присоединения Крыма к России образ Украины представляется нашей прессой негативно – как политического противника, с обвинениями его в неблагоприятных поступках в прошлом и настоящем. И не очень оптимистичным будущим.

Серьезные наблюдатели, подчеркивая значение современных медиа в общественно-политических процессах, отмечают, что *«немногие годы кризисных событий на Украине фактически поменяли знаки восприятия украинского народа с положительного на отрицательный. Некогда “братский народ” и даже один народ стал восприниматься как некое злобное и ненавидящее Россию и русских культур»*

ное целое... Этот масштабный поворот в сознании представляет собой явный медиапродукт, у которого есть свои заказчики и производители» (Тишков 2016: 15).

Отдельно можно выделить и особое внимание наших СМИ к Донбассу, сложившейся там за эти годы ситуации, которую пресса также не может обойти. Уже не первый год жители Донбасса – бывшей украинской территории борются за свою независимость от майдановской Украины, за право быть автономными и суверенными, за право разговаривать и учить детей на своем родном языке (русском или другом). Многие жители этого несчастного региона, постоянно обстреливаемого, полуголодного и неустроенного, хотят покровительства большой России. Тем более что, как говорят некоторые российские газеты, *«Киев сознательно отторгает от Украины этот огромный регион»*, в прессе озвучиваются идеи: *«Россия – родина для Крыма и Донбасса... Неизбежность интеграции Донбасса с Россией очевидна»* (НГ. 20 марта). И в самом деле, идея нового объединения некоторое время буквально носилась в общественном пространстве. Однако пресс-секретарь российского президента Д. Песков в *«Независимой газете»* разъясняет: *«У Кремля нет письменных сценариев возможности интеграции ДНР и ЛНР в состав России, хотя в Москве знают о настрое жителей Донбасса и о дискуссиях в обществе по этой теме»* (20 марта). Некоторые комментаторы подмечают, что *«Кремль, видимо, опирается на опыт с Крымом – после его присоединения уровень патриотизма в стране заметно вырос и рассчитывает позже заручиться дополнительной поддержкой электората»* (НГ. 20 марта).

Еще одним важным направлением в нашей прессе в этот период стала информация об отношениях России с другими странами после присоединения Крыма. Эта важнейшая тема не ограничивается, конечно, только несогласием ряда стран с позицией России и даже санкциями, которые были введены против нас. Отношения остаются разносторонними – и политическими, и экономическими, и финансовыми, и культурно-психологическими. Как и всегда, в других странах есть разные мнения, есть согласные и несогласные с позицией России. Эксперты задают вопрос: *«Какой Крым придумывает себе Запад?»*. Но понятие «Запад» – собирательное и очень обобщенное.

Как показывают российские СМИ, западные аналитики все еще не имеют конкретного и устойчивого взгляда на проблему Крыма. Российские СМИ показывают россиянам, что Запад в этом вопросе – и «за», и «против». С одной стороны, *«Запад пытается наказать крымчан за их свободный выбор... В Польше некоторые явно заскрипели зубами: “большинство населения аннексией довольно”»* (АиФ. 8–14 марта); *«Европа в тупике. Непоследовательность Киева изумляет...»* (РГ. 17 марта); *«Конечно, разочаровавшиеся в российском выборе Крыма есть, и их разочарование порой перерастает в отчаяние... Это украинские националисты, последователи С. Бандеры и представители европейского истеблишмента»* (МК. 16 марта). С другой стороны, политики и эксперты на Западе действительно в тупике. Редкие в этом ключе сообщения свидетельствуют, что Европа сочувствует крымчанам и не понимает, как помогать Украине: *«На Западе жителей Крыма как бы жалеют, но не дают им права на свободу передвижения... В МВФ не понимают, как давать деньги правительству, которое само наносит такой ущерб своей экономике»* (НГ. 20 марта). Члены парламентской делегации ряда европейских стран, побывавшие в эти дни в российском Крыму, высказали свои впечатления: *«Это безумство, что в центре Европы идет война, и всем все равно»* (Т. Мариани, Франция); *«Наша глав-*

ная цель – заставить Украину начать диалог с Россией» (Н. Сусман, Великобритания); *«Крым является частью России, и Запад должен это признать, хочет он того или нет»* (делегат ФРГ) (АиФ. 8–14 марта).

* * *

Свобода слова и свобода печати – одна из фундаментальных ценностей современного развитого общества. И его, как важное средство воздействия на массовое сознание, по-своему реализуют российские информационные каналы. Особенно это проявляется в значимые периоды жизни страны, одним из которых стало присоединение Крыма и Севастополя к Российской Федерации в 2014 г.

Анализ российского информационного пространства (на примере центральных периодических изданий) показал, что и сегодня, спустя три года, общественная оценка этого явления, озвучиваемая нашими экспертами, аналитиками и журналистами в российских средствах массовой информации остается, безусловно, позитивной и в большей степени эмоциональной, чем рациональной. Реальные результаты этого события пока также оцениваются в прессе в основном эмоционально. Основные идеологемы, которыми в это время была переполнена наша пресса, направлены на утверждение в массовом сознании важных общественных ценностей: образ сильной и справедливой России, необходимость защиты «своих», всего русскоязычного населения, торжество «исторической справедливости», уверенность россиян в том, что «санкциями нас не запугаете», правота и решимость президента Путина, его поддержка россиянами, эволюция российского общества и укрепление суверенитета нашей страны. При этом в большинстве российских периодических изданий утверждается идея всеобщего одобрения этого события.

Анализ прессы показал, что через три года после крымских событий российские СМИ сосредоточили внимание аудитории в основном на эмоциональном их освещении: это – всеобщая радость, уверенность в правоте совершенных действий, вера в лучшее будущее. Осторожные суждения о возможном нарушении международного права, о непонимании и неприятии этого события частью общества остаются в стороне от информационного мейнстрима. Такая трактовка присоединения Крыма, как идея о «наших возможностях», безусловно, важна для российского массового сознания. Но недостаточна. Она ведет не только к недооценке самого события, но и к неверному представлению его медийной аудитории, часть которой все еще не уверена в его легитимности.

Рациональное обоснование присоединения Крыма выглядит в прессе этого периода довольно расплывчатым. Создается впечатление о некоторой неподготовленности российских идеологов к празднованию трехлетия этого события. Учитывая то, что в рамках политики формирования общегражданской российской идентичности и в целом – российской нации, которая в большей степени строится в России сверху (Тишков 2013а: 29), более четкая и направленная информационная деятельность могла бы стать еще одним фактором мобилизации российской аудитории. Возможно, что на фоне других грандиозных и тревожных мировых событий последнего времени (военные действия в Сирии, угрозы из Северной Кореи, смены президентов США и Франции, «брекзита», учащающихся случаев терроризма, продолжающегося в России экономического кризиса и др.) такой цели государственная пропаганда в этот период и не ставила. Да и сама ситуация в Крыму на некоторое время как будто бы стабилизировалась, стала самоочевидной реальностью, и публичные доказательства и разъяснения о ней уже не так нужны. Кроме того, возмож-

но, именно здесь проявилась и свобода выбора действий коммуникаторов, сделавших традиционную пропагандистскую работу в этом случае несколько формально.

Тем не менее и в эти дни на страницах газет в очередной раз был представлен и актуализирован сам факт присоединения новой территории к России. И хотя эйфория первых дней уже утихла, эта актуализация важного для россиян события сопровождалась в СМИ набором простых и всем понятных идеологием и лозунгов. Они были направлены на одобрение и поддержку этого события россиянами, на формирование у них чувства гордости за свою страну, на мобилизацию национального духа и на их консолидацию. Эмоциональный подход в представляемой актуальной информации в прессе, безусловно, доминирует. Но насколько он оказывается действенным в сложившихся ныне российских социально-экономических условиях?

Мы отмечаем, что многие политические процессы в мире изменили за это время взгляды разных аналитиков на присоединение Крыма к России. Повлияли они и на аргументацию обсуждаемого события. Тот факт, что Крым – это Россия, приняли многие. В прессе уже не звучат объяснения и аргументы об истории братских взаимоотношений России и Украины, нет информации и о героической защите Крыма от фашистов во время ВОВ, о жизни советских людей в Крыму в прежние времена. Нет в прессе и сведений о том, как неважно Крым жил в условиях постсоветской Украины, как дискриминировались и притеснялись там русские жители. Все эти объяснения остаются за кадром. Среди рациональных аргументов, трактующих это событие, уже нет и рассуждений о том, что Россия спасла почти два миллиона крымчан и жителей Севастополя от насильственной украинизации, от принуждения обучать их детей на чужом для них языке, позволила им добровольно сохранить свое национальное самосознание, свою национальную культуру и историческую память. Конечно, можно было бы напомнить и то, что наша страна и сама получила много полезного от присоединения Крыма – еще один выход к Черному морю, еще одну прекрасную, хотя и не обустроенную курортную зону.

В процессе оценки «крымских событий» пресса обращается к разным информационным приемам, в том числе и к созданию образов «нас» и «их». В условиях усилившейся в последние годы информационной конфронтации, идеологи, конечно же, не могут отказаться от этого приема. Нынешняя свобода слова позволяет журналистам не столько воспевать страну, сколько открыто критиковать российскую действительность. Но пропагандистская идеологема о России, о ее миролюбии, о ее стремлении наладить нормальные отношения с Украиной все же и сейчас остается важной, хотя встречается теперь довольно редко. Вместе с тем в прессе явно видна поддержка «своих» и обвинение противников, не согласных с нашей позицией.

Наряду с идеологемами о начале процесса собирания утраченных когда-то Россией территорий, о нашей великости и исторической удаче, наряду с утверждающими идеями о нарастающей силе современной России, о мудрости ее правителей, об эволюции или возрождении новой российской идентичности на фоне возвращения Крыма, в российских изданиях почти по всем сферам жизни идет критическая информация о стране и ее властях разного уровня. Критический взгляд нашей прессы на действительность – это очевидное проявление принципа свободы слова. И в этой части информация подается уже не абстрактно. В качестве подтверждения критики приводится очень много конкретных фактов... Основные идеи в этой части сводятся к тому, что Россия в настоящее время – это очень сложная и проблемная страна со своими победами и определенными недостатками. И основная идея этого массива критических материалов – люди ждут позитивных перемен в стране.

В трехлетие присоединения Крыма к России Украина представлена в нашей прессе скорее негативно – как страна, постепенно превратившаяся в нашего про-

тивника. Образ Украины представляется нашей прессой с обвинениями в неблагоприятных поступках в прошлом и настоящем. Через три года на фоне развернувшегося информационного противостояния двух стран в нашей прессе уже нет прежних идей о братстве наших народов, о сочувствии ему, не видно и упоминаний о русских и других русскоязычных жителях Украины. Зато и сегодня газеты изредка указывают на ошибочное стремление Украины в Европейский союз. О жизни простого народа Украины россияне из газет узнать не могут. Исторические обиды, как и насмешки над украинцами, теперь также встречаются в прессе нечасто. Образ украинской власти, представленной россиянам в начальные дни конфронтации довольно жестко, спустя три года стал чуть мягче. В целом, прогнозы на хорошее будущее в связи с крымскими событиями в нашей прессе пока не просматриваются. Межгосударственное информационное соперничество и противостояние между Россией и Украиной продолжается. Эмоциональная составляющая все еще преобладает над рациональной.

Рассматривая информационную картину в нашем медийном пространстве, важно напомнить и подчеркнуть, что все это делается в ответ и параллельно с очень активной антироссийской пропагандистской кампанией, проводимой в этот период украинскими идеологами, о чем свидетельствуют многие исследования материалов украинских СМИ¹².

¹ Текст впервые опубликован в журнале «Вестник российской нации» (Малькова 2017а: 50–65). Для настоящего издания сделана новая редакция текста.

² Послание Президента РФ В.В. Путина Федеральному Собранию РФ. 3 декабря 2015 г. Цит. по: Вестник российской нации. 2016. № 1. С.18.

³ См.: Малькова 2015.

⁴ «Крымнаш» спустя два года. [Мнения экспертов] // Эксперт Онлайн. 20.03.2016. URL: <http://expert.ru/2016/03/20/kryim/>

В опросе приняли участие эксперты: М. Ремизов, президент Института национальной стратегии; В. Фёдоров, генеральный директор ВЦИОМ; А. Зудин, политолог, член экспертного совета Фонда «Институт социально-экономических и политических исследований»; С. Черняховский, профессор факультета политологии МГУ, д. полит. н.; Ф. Гиренок, советский и российский философ, профессор МГУ.

⁵ См. примеч. 4.

⁶ Мы не раз уже писали об этом. См., например: Малькова 2002.

⁷ См. с. 170–171 настоящего издания.

⁸ См. примеч. 4.

⁹ См. с. 187 настоящего издания.

¹⁰ См. с. 170 настоящего издания.

¹¹ См. примеч. 7.

¹² Подробнее см.: Громов 2016, Снежкова 2016 и др.

«ГОРЯЧИЕ СОБЫТИЯ» В ЦЕНТРАЛЬНЫХ РОССИЙСКИХ МЕДИА И ИНТЕРЕС К НИМ В РОССИЙСКИХ РЕГИОНАХ¹

Данное исследование посвящено одному из сложных вопросов, связанных с формированием общероссийской идентичности. Основываясь на положении о том, что распространяемая через центральные российские СМИ информация о своей стране и о событиях в ней способствует наряду с другими факторами формированию у россиян массовых взглядов и представлений, их совместному переживанию общих для сограждан радостей, а иногда и общих бед, и в конечном счете, их единению, мы попытаемся найти ответ на вопрос: насколько события, освещаемые центральными российскими СМИ как «горячие» и значимые для всего населения страны, находят отклик и объединяют граждан в российских регионах?

2018 год. Россия живет бурной и насыщенной общественно-политической жизнью. Российские и мировые СМИ переполнены актуальной информацией: не всегда достоверными фактами, противоречивыми комментариями, оценками, предположениями, прогнозами. Кроме этого, на телезрителей, читателей, радиослушателей из всех медиаканалов выливается и масса эмоций – одобрение и осуждение, согласие и возмущение, радость, скепсис, страх. Интернет-пользователи, не отрываясь от гаджетов, дополняют традиционное информационное поле своими наблюдениями и скорыми комментариями. Возбужденная медийными сообщениями тревожная общественная обстановка связана со многими глобальными и локальными рисками и вызовами – последствиями всемирного экономического кризиса, геополитическим противостоянием мировых держав, борьбой с терроризмом, с ядерной опасностью, с массовыми переселениями беженцев и трудовых мигрантов в инокультурные страны, с интересами конкурирующих политических и бизнес-элит, с экологическими проблемами. Но не только. Это также и результат огромного технологического и информационного скачка, совершенного человечеством на рубеже XX и XXI вв., результат появления «человека медийного» [Варганова 2016: 292].

Напряженная и нестабильная ситуация в стране и в мире вызывает у населения беспокойство и тревогу, опасения за жизнь свою и близких, за судьбу своей страны. Эксперты и политические аналитики ищут причины этого лихорадочного состояния человечества, порой пытаясь публично обвинять то одну страну и ее лидеров, то другую. В процессе межгосударственных перепалок в информационном пространстве оказывается не только правда, но идет и огромное искажение реальных исторических и современных фактов, создаются новые мифы, новые образы и стереотипы народов и стран, появляются намеренные утечки и «вбросы» информации, рождаются фейки. И все это опять выливается в информационное пространство, усиливая (или смягчая) противостояние сторон, мгновенно поддерживаемое многочисленными медиаканалами во всех странах, сказывается на скачках валют, на нервном состоянии и спокойствии населения. В массовом сознании оседают и закрепляются новые, далеко не всегда позитивные образы стран и народов. Так, за сравнительно недолгий период кризисных событий на Украине, – отмечает академик В.А. Тишков, – «фактически поменялись знаки восприятия украинского народа – с положительного на отрицательный. Некогда “братский народ” и даже “один народ” стал восприниматься как некое злобное и ненавидящее Россию и русских культурное целое. Предметом ненависти многих россиян стали также и американцы» (Тишков 2016: 15). Конечно, не все люди постоянно охвачены новостными лихорадками и

приверженностью к телеэкрану или Интернету. Но, как говорили классики: «Нельзя жить в обществе и быть свободным от общества» [Ленин. ПСС. 12: 99–105]. Справедливым представляется и другое, тоже уже крылатое выражение, ставшее слоганом одной из телепередач на НТВ: «Если вы не занимаетесь политикой, то политика займется вами»².

Среди многих способов мониторинга общественно-политической ситуации в регионах России, в том числе и в сфере межэтнических отношений, особое место занимает анализ информации, распространяемой различными медиаканалами в общественном пространстве. Но рассматривая распространяемую медийную информацию, важно обращать внимание и на ее восприятие разными аудиториями. Нельзя не видеть, что на фоне заметной общественной и медийной турбулентности, которую мы наблюдаем в течение последних десятилетий, разные этнорегиональные медиааудитории проявляют неодинаковый интерес к фактам, ценностям и явлениям, выделяемым в центральных информационных каналах как самые актуальные, горячие и значимые для всех россиян. Но какие факторы влияют на это?

В каждом российском регионе есть, конечно же, свои причины для неодинакового внимания населения к медийной информации, распространяемой центральными каналами. Здесь действует целый комплекс объективных и субъективных факторов, среди которых – технические (или объективные) показатели доступности разных каналов в регионах (что важно и для прессы, и для телевидения, и для Интернета), материальная возможность приобретения информационных средств конкретными пользователями (выход в сеть, ценовая доступность и др.). Так, стоимость интернет-трафика заметно различается по регионам: цена самого дешевого безлимитного тарифа в Дальневосточном федеральном округе (600 руб.) оказывается заметно выше, чем в Москве (400 руб.), а в Северокавказском федеральном округе он еще ниже (300 руб.). При этом скорость передачи данных (скачивания) самая высокая в Петербурге, в Центральном федеральном округе и в Москве, а ниже всех – в Северокавказском федеральном округе³. Но при изучении различий, кроме технических, значимы и такие факторы как численность населения в регионе и самой аудитории разных каналов, ее состав – возрастной, гендерный, образовательный, социальный, языковой и этнокультурный. Среди важных факторов интереса к определенным информационным сюжетам можно отметить и общественно-политическую атмосферу в регионе, и деятельность региональных СМИ, и общую информированность населения, открытость общественных взглядов и представлений или замкнутость и традиционность и др.

Вместе со всеми этими причинами важны и другие – включенность местного социума, решающего свои проблемы, в «большую жизнь» – в жизнь страны и мира, общие представления людей о своей стране как о большой ценности для всех граждан, о ее прошлом и будущем. А ведь известно, что эти представления также различаются по регионам, в чем значимую роль играют (кроме школ) не только центральные, но и местные СМИ и элиты. И помимо всего этого, в каждом регионе работают местные или локальные информационные каналы с сообщениями о местной жизни, с новостями, объявлениями и рекламой. Они локализуют общественное внимание на своих, близких населению событиях, и от их позиции также зависит очень много – местный патриотизм и ориентация только на свой регион или на всю страну, на ее заботы и жизнь.

Так от чего еще зависит степень интереса населения разных регионов к конкретным сюжетам общероссийской жизни? В каких случаях и насколько совпадают информационные намерения, предпочтения и оценки событий у коммуникаторов из центра, посылающих их региональным аудиториям, и интерес к ним в многочисленных российских регионах, живущих своей особой местной жизнью, хотя во многом и общей со страной? Для всех ли жителей страны события, выделяемые центральными СМИ и журналистами как огромные и важные, становятся таковыми в регионах? Насколько широк разрыв между глобальными, «центральными» и региональными проблемами, и можно ли сблизить имеющиеся различия? И поможет ли это формированию реально единого информационного пространства и чувства общности и единства у россиян?

Исходя из того, что одним из факторов единения общества является совместное переживание общих для всех его членов радостей и побед или общих страданий и утрат, и учитывая значимую и объединяющую роль медийной информации об этих процессах, мы провели сравнительное исследование двух явлений: первое – освещение центральными СМИ определенных «горячих» общественных событий в жизни нашей страны и второе – восприятие их региональными аудиториями или внимание их к этим событиям.

В бурной жизни России последнего времени были выделены семь так называемых горячих и резонансных событий:

- пожар в торговом центре «Зимняя вишня» (Кемерово, 25 марта 2018 г.);
- выборы Президента России (18 марта 2018 г.);
- инаугурация Президента РФ (7 мая 2018 г.);
- празднование Дня Победы и шествие «Бессмертного полка» (9 мая 2018 г.);
- санкции западных стран против России (новый пакет, апрель–май 2018 г.);
- открытие Крымского (Керченского) моста (15 мая 2018 г.);
- история со Скрипалями (25 марта 2018 г.).

Медийная информация о каждом из этих событий напрямую касалась образов «Россия», «россияне», а также стоящего за этим образа «мы». Каждое из этих событий, освещаемое в наших медиа, несло в общественное сознание не только факты, комментарии, оценки, но и огромное количество разнообразных эмоций – сопереживание и сочувствие, горечь и боль, обиду и возмущение, энтузиазм и скепсис, гордость за страну, надежду на улучшения, социальный оптимизм. И большую роль в формировании общественных представлений после известий о каждом событии играла, наряду с комментариями, его визуализация – фотографии в прессе, телевизионные репортажи и комментарии и, конечно же, разнообразная иллюстративная информация в Интернете.

В качестве источников были использованы публикации центральной российской прессы, телепередачи и Интернет за март–май 2018 г., а также интернет-сервисы Яндекса и его базы данных. Из-за обилия материалов для сравнения были взяты только восемь российских республик, представлявших разные регионы страны – Башкирия, Бурятия, Карелия, Кабардино-Балкария, Крым, Татарстан, Саха (Якутия), Мордовия.

Одним из показателей информационного внимания к этим событиям в российских регионах могут служить данные Яндекса – главного российского интернет-портала, где фиксируется количество запросов пользователей на информацию по определенным ключевым словам. По абсолютным показателям запросов сравнивать

российские регионы не совсем корректно, хотя эти данные в ресурсе также представлены. Однако, учитывая и их, мы все же опирались на рассчитанный и представленный Яндексом «индекс внимания» или «индекс интереса» («affinity index»). Сервис Яндекса – *wordstat*, автоматически фиксирующий количество запросов из разных регионов страны (и мира), показывает число конкретных обращений населения к информации об определенном явлении (поиск по словам)⁴. Это важно для бизнеса, мониторящего актуальную маркетинговую ситуацию по всему миру, в том числе и в российских регионах. Расчет индекса внимания к определенному событию (или его региональная популярность) производился с учетом численности населения в регионе и числа интернет-запросов на это событие.

Пожар в Кемерово (25 марта 2018 г.)

Крупный пожар с многочисленными жертвами случился в торгово-развлекательном комплексе под названием «Зимняя вишня» в российском городе Кемерово. Благодаря центральным СМИ, а также фактам, появившимся в этот период из фото- и видеосъемок очевидцев, страна и мир очень быстро и в подробностях узнавали об этом ужасном событии. Свидетели зафиксировали разные моменты самого пожара, героизм и взаимопомощь кемеровчан, самоотверженные действия спасателей, мужество или равнодушие участников трагедии. Трагедия была огромной, погибло более 60 человек, среди которых преимущественно дети. Не только россияне, но и жители многих других стран восприняли это как большое общечеловеческое горе. Свидетели и пострадавшие, шокированные масштабами пожара, количеством жертв и пострадавших, огромным числом погибших во время пожара детей, открыто выражали в СМИ свои эмоции – страх, возмущение, бессилие, а порой и радость от спасения от неминуемой гибели. *«Скорбит вся Россия. Кемеровчане, мы с Вами!!! Вечная память погибшим. Надеемся, виновных найдут и воздадут им по заслугам»*⁵.

В разных городах страны люди создавали стихийные мемориалы памяти погибшим, приносили туда фотографии детей, цветы, игрушки, ставили свечи, плакали и молились. *«Стихийный мемориал около “Зимней вишни” рос на глазах, – пишет газета «Московский комсомолец», – и с каждым днем становилось все больше записок: “Простите нас, дети!”»* (2 апреля). В Кемерово прилетел президент страны, также потрясенный пожаром. На совещании он задавал чиновникам вопросы: *«Что же у нас происходит?! Это же не военные действия... Мы теряем столько людей... детей... В чем причина?»*. Конечно, при этом было немало слухов, предположений, обвинений, упреков чиновникам, ответственным за безопасность людей. В горе люди не верили следственным органам, считали, что от них скрывают число погибших. Сотни людей на площади Кемерово требовали отставки местных чиновников.

Пресса, телевидение и другие медиаканалы приняли большое участие в освещении этого события и его последствий. Все фиксировалось взволнованными наблюдателями изнутри и снаружи горящего торгового центра и распространялось сразу в прямом теле- и радиоэфире, в видео на многочисленных мобильных устройствах. Крики, слезы, неразбериха, неорганизованность – все это сопровождало большую трагедию и теперь сохранилось как свидетельство в видеороликах и фотографиях. Одновременно в прямом теле- и радиоэфире высказывалась масса предположений: как это случилось? поджог? теракт? халатность? безответственность? случайность? и кто виноват?

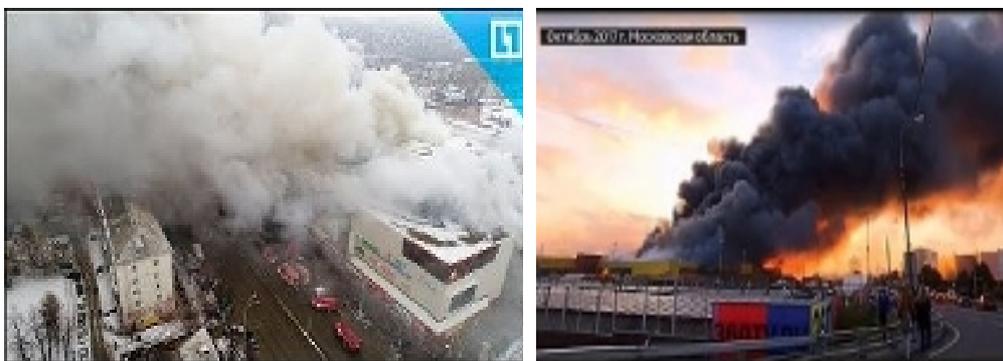


Фото очевидцев пожара в Кемерово в ТЦ «Зимняя Вишня»
(26.03.2018. Материалы Рунета)

Событие потрясло всю Россию и, судя по многим откликам, людей в разных странах. В эти дни горе и сострадание объединили россиян. Интернет-пространство – одна из интерактивных медиаплощадок, куда пользователи посылали свою оперативную информацию об этом пожаре и откуда сами получали дополнительные сведения. Многочисленные свидетельства, комментарии, обвинения и сочувствие пострадавшим переполняли все медиаканалы: *«Пожару был присвоен повышенный уровень сложности. В тушении задействованы 210 человек и 48 единиц техники. Пожар охватил 1,5 тыс. кв. м. Через несколько часов на площади 1,2 тыс. кв. м обрушилась кровля, между третьим и четвертым этажами рухнули перекрытия»* (<https://otr-online.ru/news/pozhar-i-ego>)⁶.

Даже теперь, спустя несколько месяцев, это событие остается для россиян очень болезненным, хотя и постепенно уходящим из актуальных для СМИ тем.

В целом по России до настоящего времени в Интернете фиксируется повышенное внимание россиян к пожару в торговом центре «Зимняя вишня» и его последствиям. Как показывают расчеты, *индекс востребованности* информации о пожаре в Кемерово составляет в Яндекс-поисковике в целом по России 105% (по состоянию на 21 мая 2018 г.). Но этот индекс, а значит, уровень интереса интернет-пользователей к этому событию неодинаков в разных российских республиках. Если в Башкирии или в Мордовии, судя по запросам, этот показатель был достаточно высоким – соответственно 112 и 107 %, то в Бурятии и в Республике Саха заметно ниже – 91 и 90 %. А в некоторых республиках этот показатель был еще ниже: в Кабардино-Балкарии – 71 %, в Республике Крым – 75 %. При этом индекс внимания в самом Кемерово и его окрестностях превышает 1200 %.

С чем связано такое разное внимание и восприятие общей беды населением в российских регионах? Ответов здесь может быть немало. Как уже упоминалось выше, многое зависит от технических различий в обращении к традиционным СМИ и Интернету на разных территориях, от удаленности регионов от места событий. Важно учитывать и фактор включенности местного населения не только в свою местную общественную жизнь, но и в более широкое информационное пространство. Здесь, возможно, сказывается и определенная несбалансированность местной и общероссийской тематики в информационном пространстве разных регионов.

Таблица 1

Показатели внимания интернет-пользователей к общероссийской беде⁷

	Россия в целом	Башкирия	Бурятия	Карелия	Кабардино-Балкария	Крым	Татарстан	Саха (Якутия)	Мордовия
Индекс внимания	105%	112%	91%	100%	71%	75%	101%	90%	107%

Объединило ли это общее горе россиян? Конечно, да! Как и у всех нормальных людей, оно вызвало большое сочувствие к потерпевшим, желание найти виновных и извлечь уроки на будущее. Однако спустя три месяца после пожара эта общественная боль ослабла и постепенно ушла от общественного внимания, заслонилась другими новостями (индекс интереса в Москве в середине июня – 76 %, в Петербурге – 83 %). Но она остается таким же огромным горем для кемеровчан и для многих других сочувствующих им в разных городах и странах. И это также показывает Яндекс. Запросы в поисковик на эту тему продолжают: индекс внимания (в середине июня 2018 г.) значительно превышает 100 % в Томске, Новокузнецке, Барнауле, Омске, Красноярске, Новосибирске и других российских городах. А в самом Кемерово он остается таким же высоким – 1257 %.

Выборы Президента России (18 марта 2018 г.)

Это крупнейшее в истории новой России событие вызвало огромный общественный интерес не только в нашей стране, но и во всем мире. Вопрос о том, кто станет в ближайшие шесть лет во главе возрождающейся России, посмевшей претендовать на место одного из важнейших участников мировой политики, волновал по разным причинам политиков, бизнесменов и простых граждан практически во всех регионах планеты. Перед самими выборами в стране и в медиапространстве велись бурные споры, строились предположения, делались прогнозы, вбросы и утечки информации, т.е. использовался огромный арсенал информационных средств и технологий, который сопровождает все большие предвыборные процессы. Заинтересованных в предвыборном процессе и в его результатах в стране и в мире было огромное количество. Одни надеялись на то, что президент останется прежним, значит, по их мнению, и ситуация останется стабильной, другие хотели перемен всей властной элиты и перемен в общественной жизни. В первое время в прессе и на других центральных каналах озвучивались предположения: будет ли участвовать в выборах нынешний президент Путин? кто еще может стать кандидатом на эту должность? будут ли участвовать в этой гонке претендентов женщины? Попутно строились далеко не всегда реалистичные прогнозы, составлялись рейтинги кандидатов... И во всем этом самое активное участие принимали все российские медиа-каналы (и не только российские). Участвовал в этом и Интернет, проводя опросы экспертов, показывая их интервью, подчеркивая их экстравагантные поступки и высказывания. Событие было беспрецедентным, поскольку, как выяснилось, одним из кандидатов в четвертый раз стал действующий президент В. Путин. И это известие также мгновенно облетело весь мир.

На каналах центрального телевидения и на радио в феврале начались дебаты претендентов на этот высокий пост. Некоторые кандидаты не всегда могли в этом участвовать и присылали вместо себя своих представителей. На телевизионных дебатах, вызывавших большой интерес россиян, царил боевой дух, чего, конечно же, не могли упустить рекламодатели. Участники отстаивали свои позиции, версии и приоритеты партий, которые они представляли, спорили о путях развития страны, нередко переходя на личности. На информационных площадках и в кулуарах кипели нешуточные страсти, эмоции, слезы и чуть ли не драки... Аудитория на протяжении всего агитационного периода с интересом и страхом наблюдала не только за содержанием дискуссий и за некоторой беспомощностью модераторов, но и за внешней формой этих шоу, где участники не стеснялись показывать на всю страну свою несдержанность, свои далеко не всегда приемлемые в обществе манеры и привычки. Интернет-пространство переполняли эмоциональные комментарии блогеров и журналистов, фотографии персонажей. Мелькали анонсы: «*Скандал у Соловьёва! Жириновский мокрый, а Собчак...!*» (<http://youtube.com/watch?/> 28.02.2018), «*Снова скандал Жириновского и Собчак! Дебаты кандидатов в президенты России*» (<http://youtube.com/watch?/> 06.03.2018). На страницах прессы и в интернет-пространстве обсуждались «*кошельки и колеса кандидатов*», «*настоящие*» биографии кандидатов, сообщалось также и обо «*всей правде о счетах и семьях кандидатов*», о том, где живут их дети и т.п. Многие центральные медиаканалы, и особенно Интернет, распространяли курьезные фотографии и карикатуры на участников предвыборной гонки.



(<https://sun9-64.userapi.com/c621701/>)



(<http://gukovest.ru/uploads/2018/03/>)

Предвыборные ролики из Интернета

Но простых зрителей интересовали не только телевизионные шоу, а то, что ждет их страну и их самих после выборов лидера. Эти ожидания в определенной мере объединяли россиян в их надеждах на долгожданные изменения в стране к лучшему. И опять в эфир выбрасывалась масса предположений и слухов о том, как страна будет жить дальше, что будет с экономикой, будет ли новое правительство, возможен ли после выборов обвал рубля?

Во время самих выборов многие информационные каналы страны активно рассказывали и показывали, как проходит голосование, начавшееся еще заранее в некоторых малодоступных уголках страны. Часть россиян, как обычно, голосовала не только в нашей стране, но и в других странах.

Как показывают данные Яндекса, выборы президента России предсказуемо вызвали повышенный интерес у россиян, что и показали результаты голосования. Ин-

декс интереса по стране в целом составлял 104%. Но разброс этого интереса, т.е. востребованность информации в Интернете об этом событии была в разных регионах России, конечно же, неодинаковой. Выборы президента страны, активно освещавшиеся центральными средствами массовой информации, как оказалось, в некоторых республиках вызвали сравнительно невысокий интерес: в Татарстане, Башкирии и Кабардино-Балкарии – 93, 92 и 91% соответственно. Но в то же время в ряде республик он значительно превышал 100%: в Саха (Якутии) – 113%, в Республике Крым – 126%, в Карелии – 132%, а в Бурятии – 143%. Эти показатели, конечно же, нуждаются в дополнительном анализе. Но, как уже упоминалось, наше исследование было экспериментальным, и в нем рассматривались ситуации только в восьми республиках страны. Тем не менее дополнительно мы обращали внимание на нетипичное выделение интереса к этим событиям (по индексу интереса) и в прочих регионах. На этот раз внимание привлекли две другие республики – Чечня и Тыва, где индекс интереса к выборам президента России был, соответственно нашему источнику, еще более высоким, по сравнению с другими – 165 и 215%.

Таблица 2

**Показатели внимания региональных интернет-пользователей к выборам
Президента России в 2018 г.**

	Россия	Башкирия	Бурятия	Карелия	Кабардино- Балкария	Крым	Татарстан	Саха (Якутия)	Мордовия
Индекс внимания	104%	92%	143%	132%	91%	126%	93%	113%	101%

Трудно уловить закономерность данных показателей, но важно отметить, что выборы президента страны – это всегда не только важнейшее событие в общественно-политической жизни страны, в ее будущем, в ожиданиях хороших перемен для всех граждан, но и процесс конкуренции и соперничества разных политических групп, поддерживающих или не поддерживающих желательных кандидатов. Электорат в этот период также не столько объединяется, сколько разделяется, согласно своим представлениям и предпочтениям. А некоторые граждане, как известно, и вовсе остаются равнодушными к этому процессу. И возможно, степень внимания интернет-пользователей в конкретных регионах в немалой степени связана и с той информационной кампанией, которая проводится не только из центра страны, но и в самих этих регионах. Для более полного анализа важно рассмотреть состояние предвыборных процессов в каждом конкретном регионе. Но поскольку это не входило в нашу задачу в данной работе, мы пока только еще раз привлекаем внимание к самому факту заметных различий в интересе к этому важному для страны и мира событию медиааудиторий из федерального центра и из республик.

Инаугурация Президента РФ В.В. Путина (7 мая 2018 г.)

Инаугурация – это торжественная церемония вступления в должность вновь избранного Президента России В.В. Путина. Все медиаканалы бурно освещали это событие в информационном пространстве. Значение его для страны было велико. *«Церемония инаугурации подчеркивает прежде всего духовную и историческую*

связь держав: дореволюционной России и России нынешней. Иного подтекста здесь нет и быть не должно..., – комендант Кремля Сергей Хлебников рассказал на канале НТВ. – *Много символов участвуют в этой государственной церемонии и подчеркивают ее государственность. Это торжественный внос государственного флага, торжественный внос штандарта президента России, торжественный внос знака президента, торжественный внос специального экземпляра Конституции, который хранится в президентской библиотеке»* (<http://www.ntv.ru/novosti/2014781>). При этом медийная общественность, в первую очередь журналисты, блогеры и простые пользователи активно обсуждали в своих информационных каналах массу и не прямых «государственных» вопросов. В частности, обсуждался суперлимузин президента под говорящим названием «Кортеж», в котором он поедет по территории Кремля. Во время подготовки церемонии в честь инаугурации создавались музыкальные «хиты» и сочинялись стихи, пресса писала о «старом новом президенте», о «четырежды Путине Российской Федерации» (МК. 8 мая). На фоне Московского Кремля и золотых куполов кремлевских церквей и соборов, на фоне весенней Москвы, уже покрывшейся свежей листвой, на фоне российского флага в СМИ появлялась информация о том, как президент едет в новом лимузине, как он идет по великолепным залам Кремля, как в присутствии многочисленных «представителей общественности России» в Андреевском зале Большого Кремлевского дворца он принимает присягу на Конституции РФ... Наблюдатели сообщали, что Запад завидует такой инаугурации. Официальные идеологи и другие авторы отмечали в интернет-роликах: «*“Партнеры” России в ШОКЕ! Европейцы назвали Путина самым СИЛЬНЫМ мировым лидером! СРОЧНО!*» (<http://russkoe.video/video/>); «*Запад ЗАВИДУЕТ! Инаугурация президента России Владимира Путина*»; «*Кортеж. Новый лимузин Путина. Детально. Все о новом автомобиле президента РФ*» (<http://youtube.com/watch?/> 22.04.2018).



Инаугурация Президента РФ 7 мая 2018 г.
(<https://sm-news.ru/upload/iblock/>)



Новый лимузин «КОРТЕЖ»
(www.youtube.com/watch?v=sawbf_v6rbm)

(Материалы Рунета)

Но не только восторги или спокойная информация присутствует в это время в информационном пространстве страны. Отдельные «ложки дегтя» по поводу инаугурации появлялись в этот период и в прессе, и в Интернете.



По следам инаугурации Владимира Путина. 07.05.2018. (<http://www.youtube.com/watch?v=nnebdrcvfha>)



[Катасонов]. Что будет после инаугурации Путина? 08.05.2018. (http://www.youtube.com/watch?v=tdyvхj31q_4)



Многотысячные митинги по городам России. Арест Навального. 05.05.2018. (<http://www.youtube.com/watch?v=kmk3eftgt6k>)

В традиционных СМИ и в Интернете звучат вопросы: что ждет Россию в ближайшие 6 лет? как могут отразиться новые санкции США против РФ на жизни россиян и в целом на экономике России в 2018 г.? Ответы на эти и многие другие вопросы, возможно, появятся на «прямой линии» с президентом страны, которая ожидается в июне. Но и ее результаты опять информационно заслонятся другими событиями и особенно началом футбольного чемпионата, который на время затмит многие общероссийские проблемы. Огромный эмоциональный накал, энтузиазм россиян, надежда на возрождение страны, на ее «рывок», укрепляющееся чувство «мы», которое могло бы быть использовано в период выборов и инаугурации президента страны для ее обновления и созидания, уйдет в спортивную сферу. Но разве чувство общности «нас», чувство единства россиян не должно поддерживаться и подпитываться постоянно и особенно в дни всероссийских торжеств и праздников?

Как же реагировали на это важное событие в республиках нашей страны? В целом по России индекс интереса граждан страны к инаугурации своего президента, по данным интернет-сервиса Яндекс, был повышенным – 109%. Но информация в республиках и в этот раз оказалась не совсем объяснимой. Разброс внимания был заметным. Совсем небольшое внимание уделили этому торжественному и зрелищному мероприятию интернет-пользователи из Саха (56%), Бурятии (59%), Татарстана (75%) и Карелии (80%). Заметно выше, но все еще невысокие результаты были показаны в Мордовии и Башкирии (95 и 99% соответственно). Но самый высокий интерес к вступлению в должность нового Президента России и энтузиазм, кроме прочих регионов, проявили пользователи Кабардино-Балкарии (179%) и Республики Крым (222%). Дополнительный анализ показал, что инаугурация Президента России В.В. Путина вызвала также большой интерес у москвичей (142%) и у жителей Северной Осетии (272%). Петербуржцы показали 90-процентную заинтересованность так же, как и дагестанцы – 98%.

Для россиян это событие – вступление в должность президента страны – могло бы стать особенно важным сплывающим фактором. Один раз в шесть лет! К тому же все взрослые россияне должны были осознанно принимать в этом выборе участие. Инаугурация – это не просто торжественный ритуал в Московском Кремле, это событие мирового уровня, своеобразный апогей общественно-политической жизни страны на ближайшие годы. Но возможно, так и было задумано – организовать все скромно и без особых нововведений. И все же, представляется, это важное

событие было недостаточно полно использовано официальной пропагандой для единения россиян, тем более что инаугурация была практически сразу же затенена следующим большим событием – Парадом Победы, о подготовке которого в эти дни также активно сообщали российские СМИ.

День Победы и «Бессмертный полк» (9 мая 2018 г.)

Следующим майским событием, важным для страны, было празднование Дня Победы 9 мая. Оно прошло практически сразу за инаугурацией и даже несколько заслонило ее в медиапространстве. «Праздник Победы Красной армии и советского народа над фашистской Германией в Великой Отечественной войне 1941–1945 гг.» отмечается в стране уже на протяжении многих лет. Его считают одним из главных праздников страны, самым трагичным, но и трогательным, радостным днем, праздником «со слезами на глазах». В этот день в нашей стране славят народ-победитель, наших ветеранов, вспоминают героев великой победы и всех, кто помогал стране, работая в тылу. В этот же период говорят и о подвиге всех советских народов, вместе сражавшихся с фашизмом, об опасности фашизма в наше время. День Победы – это символ единства россиян и всех людей, выступающих против войн, против фашизма, нацизма, против любых проявлений вражды и агрессии. И это день единения граждан страны, всех ее миролюбивых сил.

Многочисленные плакаты, лозунги и призывы появлялись в этот период в медиапространстве. Можно видеть основные объединяющие, всем понятные ценности, которые идеологи выдвигают на первый план в эти дни. Это государственная символика – *Орден Красной Звезды, просто изображения звезды, серп и молот, георгиевская ленточка, Орден Отечественной войны, россыпи медалей, солдатский ремень, пилотка, флаг над Рейхстагом, Вечный огонь у стен Кремля, огни салюта над кремлевскими башнями, и люди – солдаты, поднимающиеся в атаку, идущие в бой, поднимающие знамя; солдаты на привале и надписи – 9 мая, День Победы...; весенние цветы – гвоздики, тюльпаны...*



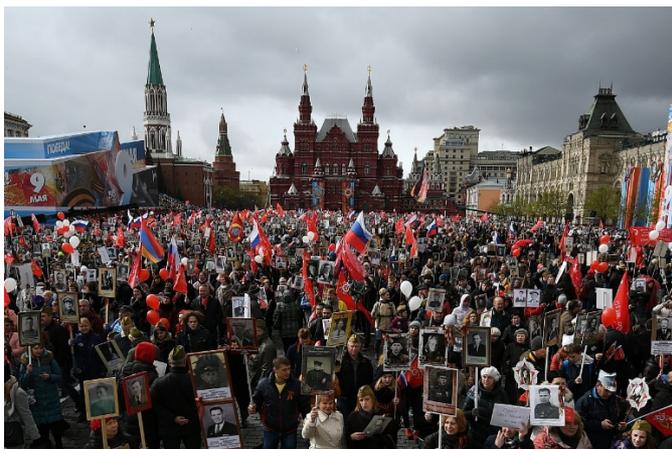
Россия празднует День Победы 9 мая 2018 г. (Материалы Рунета⁸)

К этому дню в городах страны и в столице шла большая подготовка Парада Победы. Центральные медиаканалы посвятили этому событию массу материалов, рассказывая о его подготовке, о многочисленных репетициях парада в Москве и в других крупных российских городах, об участниках парада и военной технике, которую готовят к этому дню... И все это, появлявшееся в общественном пространстве задолго до самого события, должно было создавать в обществе приподнятое

праздничное настроение, повышать чувство патриотизма, чувство причастности к общей истории страны, чувство единства и общности всех россиян.

Однако, если опираться на данные Яндекса, интерес к этому событию в стране (индекс интереса в Интернете) был на уровне 96%, что рассматривается как невысокий показатель. В некоторых республиках внимание к этому событию также оказалось пониженным: в Саха (Якутии) индекс интереса был всего 50%, в Карелии – 77%, в Татарстане – 73%, и в Башкортостане – 82%. В это же время повышенный интерес к празднованию в стране Дня Победы был зафиксирован в Бурятии (108%), в Кабардино-Балкарии (132%) и особенно в новой российской Республике Крым – 230%.

Определенный интерес в этот период вызвала и всероссийская акция «Бессмертный полк», которая состоялась сразу же после парада, и, как известно, теперь вышла далеко за пределы нашей страны. Она была придумана в Томске несколько лет назад, чтобы оживить и сохранить в памяти современников и будущих поколений героизм и самопожертвование наших предков, отстаивавших свободу и независимость родины, чтобы испытать гордость за своих родных и за всех ее защитников. Эта акция, как нам представляется, далеко не в полную силу освещавшаяся в центральных СМИ, по некоторым данным, стала *«рекордной по массовости. В целом по России на нее вышли порядка 10,4 млн человек»* (<http://polkrf.ru/news/2438/shestvie...> 2018). В этих демонстрациях, прошедших во многих городах и даже в небольших селениях страны, с энтузиазмом участвовали миллионы россиян, вышедших с фотографиями своих родных, сражавшихся в годы войны с фашистами. Это событие действительно связывает хронологически и психологически разные поколения, показывает непрерывность истории страны. Но оно одновременно показывает и то, что несмотря ни на что, объединившись, люди могут преодолеть многие беды. «Бессмертный полк», несмотря на некоторые скептические публикации в прессе (МК. 11 мая), стал еще одной формой и символом духовно-психологического единения россиян – людей разных возрастов, национальностей и профессий, имеющих общую родину.



«Бессмертный полк» в Москве (http://www.duma-er.ru/upload/resize_cache/iblock/)

**Показатели внимания республиканских интернет-пользователей к акции
«Бессмертный полк»**

	Россия	Башкирия	Бурятия	Карелия	Кабардино- Балкария	Крым	Татарстан	Саха (Якутия)	Мордовия
Индекс внимания	107%	105%	67%	127%	84%	111%	84%	42%	97%

Санкции Запада против России

Санкции – это еще одно важнейшее событие, уже превратившееся в процесс и продолжающееся не первый год. Как известно, санкции были введены Западом против РФ якобы «за аннексию Россией Крыма, за действия нашей страны в украинском Донбассе и вмешательство в выборы США». Все эти обвинения оспариваются нашей страной. Но время от времени в связи с определенными событиями возникает очередной информационный повод еще раз громко обсудить в СМИ эту тревожащую россиян проблему. Санкции предъявляются России «пакетами», но далеко не всегда четко и объективно обосновываются.

В начале апреля Минфин США ввел новые санкции против РФ, «внеся в так называемый черный список (SDN-лист) ряд крупных российских бизнесменов и подконтрольные им компании», – сообщило сетевое издание «РИА Новости» (<https://ria.ru/world/>). 8 мая Госдеп США продлил действие санкций против «Рособоронэкспорта» за сотрудничество с Ираном, КНДР и Сирией. Санкционные ограничения предусматривают полный запрет на операции, связанные с госдолгом России... Другие источники также отмечали: «США ввели новые санкции из-за ситуаций на Украине, в Сирии, а также из-за кибератак, но “прежде всего из-за попыток России подорвать западную демократию, – говорится в сообщении Минфина США. – Российское правительство участвует в ряде конфликтов по всему миру, в том числе продолжает оккупировать Крым и провоцирует насилие на востоке Украины, снабжает оружием сирийскую армию”», – приводятся в сообщении слова министра финансов США (<https://www.vedomosti.ru/politics/articles/2018/04/05/>). В противостоянии сторон некоторые аналитики даже предположили, что, поскольку «Европейский союз и США продолжают наращивать санкции в отношении России, а российское правительство готово усиливать ответное давление, санкции против России – это конец глобализации мировой экономики» (<http://rf.biz/2018-00-00/2580>). В российских СМИ приводился полный список бизнесменов, чиновников, депутатов и менеджеров, против которых введены новые санкции, приводились примеры подобных же отношений и между другими странами (Китай – Япония) и активно обсуждались возможные контрсанкции России в отношении США. Как результат, Государственная Дума РФ после рассмотрения в третьем чтении приняла закон «О мерах воздействия на недружественные действия США и иных иностранных государств». При этом последовало разъяснение, что закон нацелен на «защиту интересов и безопасности РФ, ее суверенитета и территориальной целостности, прав и свобод граждан РФ от недружественных действий США и иных ино-

странных государств». Это называлось «реализовывать принцип взаимности в отношениях с Вашингтоном» (<http://rf.biz/2018-05-25/14483>).

Одно из последних на конец мая санкционных мероприятий, которое сначала заметно взбудоражило наши СМИ, связано и со списком 210 российских граждан, которые были внесены в него. Среди них – 114 политиков и 96 крупных бизнесменов. Заметим, что спустя несколько дней накал эмоций по этому поводу в центральных СМИ резко снизился, очевидно, не только не нашел большого отклика у россиян, но и стал раздражать многих из них. Простые граждане не могли быть солидарны с персонажами, которых и сами не очень жаловали. Тем не менее в рамках информационной войны между Россией и Западом, а теперь уже и торговой, этот пакет санкций также публично и активно обсуждался экспертами и аналитиками на разных информационных площадках. Основные идеи наших пропагандистов, комментирующих события, можно свести к следующему: «Страны Запада обижают нас своими санкциями незаслуженно. Но нам от этого не хуже. Для нас это даже порой хорошо, так как мы многое научимся делать сами». Однако в медиапространстве и дальше продолжают развиваться идеи, что «Штаты и дальше будут вводить санкции против России из-за стратегического вызова, который создает Кремль для Вашингтона, агрессии РФ против союзников США, невыполнения Москвой Минских соглашений и попытки вмешательства в демократические выборы».



Отклики на введение санкций против России
(<https://info-leaks.ru/wp-content/uploads/2015/12/>)

На некоторое время в СМИ опять вспомнили термин «импортозамещение», связанный с экономическими санкциями. Он уже словно бы ушел в информационную тень как утративший свое значение. Однако, судя по данным Яндекса, индекс интереса к этому явлению, довольно привлекательному для россиян в былые дни, в последнее время в республиках, действительно, оказался очень незначительным (от 17% в Тыве до 94% в Татарстане). Но в целом по России интерес к процессу импортозамещения все же остается повышенным – 108%. Особенно заинтересованными в этом оказались Москва (138%), Санкт-Петербург (192%), Ростов-на-Дону (165%) и Адыгея (207%).

Идея общероссийского противодействия санкциям западных стран, судя по всему, не стала для россиян такой уж актуальной, острой и объединяющей, несмотря на усилия политологов и экспертов, сражающихся на медийных площадках против неоправданных нападок и обвинений в адрес нашей страны. То ли неожиданное повышение мировых цен на нефть опять помогло некоторой части населения на время отвлечься от болезненных экономических проблем, то ли люди поняли, что санкции – это дело большой политики и интересов бизнес-элит, а простые люди, хотя и ощущают на себе санкционное давление, все же никак не могут на него по-

влиять. А может быть, россияне как всегда подумали: «Ну и пусть, авось, и так проживем»? В любом случае новый пакет санкций и проблема всеобщего импортозамещения, предложенная властями и транслированная центральными СМИ в массовое сознание россиян, не стали для большинства из них объединяющим и вдохновляющим фактором.

Открытие Крымского моста (15 мая 2018 г.)

Какое заметное чередование «черных и белых полос» в российской общественной жизни! И открытие Крымского моста, его автомобильной части – еще одно из радостных событий, или светлых полос, последнего времени. По крайней мере, так представляли его наши информационные каналы. Крымский (иногда – Керченский) мост – это своеобразный «транспортный переход» через Керченский пролив. Он состоит из двух дорог – автомобильной и железной и необходим для укрепления постоянной связи Крымского полуострова с остальной Россией. История строительства этого моста уходит еще в конец XIX в. Тогда, в царские времена, тоже задумывались над его сооружением, но оно не состоялось – оказалось очень дорогим. И все же эта переправа была необходима России, поскольку она имеет не только большое экономическое, политическое, но и стратегическое значение. Как сообщается в прессе, руководство России и Украины некоторое время назад также задумывалось о совместном строительстве моста (2010 г.), но по многим причинам этого не случилось. Поэтому после присоединения Крыма и Севастополя к России в марте 2014 г. президент В. Путин поставил задачу «*построить Керченский мост в автомобильном и железнодорожном вариантах*», о чем остались сообщения в нашей прессе: «*Керченский мост будет автомобильным и железнодорожным*» (ТАСС. 19.03.2014), «*Путин велел построить два моста через Керченский пролив*» (Лента.ру. 19.03.2014).

Строительство моста началось и освещалось российскими СМИ на протяжении последних лет довольно активно. В прессе и на телевидении было немало визуальных свидетельств о разных этапах строительства, о трудностях, с которыми оно связывалось и даже комментарии недоброжелателей. В этом, конечно, участвовали и интернет-пользователи. Российские СМИ (и не только российские) периодически сообщали, например, о том, что мост длиной 19 км обойдется бюджету в 211,9 млрд руб., что движение автомобилей по сооружению будет проходить по четырем полосам со скоростью до 120 км/час, а его пропускная способность – до 40 тыс. машин в сутки. Сообщалось также и о будущей железной дороге, которая будет состоять из двух путей. По ним с 2019 г. поедут в Крым и обратно до 47 пар поездов в день (<https://utro.ru/articles/2016/04/15/>).

Через четыре года после присоединения Крыма к России, в апреле 2018 г., в СМИ стали появляться сообщения о предполагаемой дате досрочного открытия моста в Крым: «*Назван день открытия моста в Крым*» (krum-portal.ru/novosti/krimskiy); «*Крымский мост откроют на полгода раньше срока*» (<https://www.gazeta.ru/auto/photo/krumsky-bridge>); «*Потенберг пообещал досрочно открыть Крымский мост: По условиям контракта автомобильное движение на Крымском мосту должны были открыть в декабре 2018 г.*» (vedomosti.ru/economics/articles/).

Заметим, что названия этого моста и его описание даже через четыре года еще нельзя назвать устойчивыми: *Керченский мост через пролив, стройка века, комбинированный автомобильно-железнодорожный мост от Таманского полуострова к*

Крым, знаменитый мост, самый длинный, долгожданный, красивый, Великий мост... Эти и другие названия и его характеристики мелькали в российских СМИ. И в самих сообщениях подчеркивалось, как его ждут, как он необходим, как эта грандиозная стройка радует россиян. И вот появилось известие: *«В понедельник, 14 мая, в Госкомитете дорожного хозяйства РК сообщили о завершении строительства автомобильного подхода к Крымскому мосту со стороны...»* (crimea.ria.ru/society/20180515/). Вслед за этим в СМИ запестрели сообщения: *«Этапы строительства: как Крымский мост возвели в рекордные сроки»* (ntv.ru/novosti/2017967).

Этому событию в России посвящались конкурсы фотографий и картин, стихи и песни. «НТВ Новости» сообщали: *«Самая масштабная в России стройка последних лет подходит к концу. Сегодня откроют Крымский мост, причем произойдет это на полгода раньше намеченного срока. В торжественной церемонии примет участие глава государства. Он вместе со строителями проверит готовность систем управления дорожным движением, которое запустят уже через сутки»* (<http://www.ntv.ru/novosti/20.05.2018>). Разнообразные новости сопровождали это грандиозное событие, например: *«В районе строительства Крымского моста нашли античный некрополь»* (<http://salda.ws/video.php?id>). Журналисты объясняли читателям, что *«мост стал для полуострова новым переешком. Несколько лет все снабжение крымских городов и сел зависело от паромной переправы. Зимой часто мешали ураганы и штормы. Важна и финансовая составляющая – теперь не нужно платить от 3 до 5 тысяч рублей за переправу легкового автомобиля»* (<http://www.ntv.ru/novosti/>). Радовались и жители Керчи: *«Не верилось! Мы умом понимали, что это грандиозный объект, грандиозное строительство, что будет создано нечто, что не укладывалось в голову. Сейчас могу признать, что это впечатляет»* (<http://www.ntv.ru/novosti/>).

Год назад ВЦИОМ провел опрос, чтобы выяснить отношение жителей России к открытию моста через Керченский пролив. Выяснилось, что *«строительство Крымского моста возглавило ТОП рейтинга событий года в масштабах страны»* (<http://ati.su/Media/PrintNews.21.12.2017>). Опираясь на результаты этого опроса, ИА REGNUM также сообщило, что *«значимость открытия Крымского моста признают 96% граждан РФ»* (<https://regnum.ru/news/>). И действительно, как отметил один из очевидцев, мост стал не только техническим, но во многом и культурным объектом.

Но нельзя не упомянуть, что как почти всегда при большом и значимом общественном событии часть наблюдателей отнеслась к нему с некоторым скепсисом:

- *«Открытие Крымского моста стало одним из резонансных событий в жизни российского общества. Об этом слышали почти 97% взрослых жителей страны, в том числе 67% сами искали информацию по этому вопросу. Подавляющее большинство граждан (92%) восприняли новость положительно. Открытие автомобильной части моста, которая соединит материковую часть России с Крымом, 73% россиян считают важным событием в масштабах страны. 23% граждан считают, что открытие моста затрагивает только жителей юга России. Значимость события отметили 96% опрошенных, 1% респондентов заявил обратное. При этом о готовности совершить поездку на автомобиле по Крымскому мосту в ближайший год сказали меньше четверти участников опроса (23%)»* (<https://kazanfirst.ru/news/466044>).

- *«Да, полностью готова к открытию 40-километровая «четырёхполоска» – Но мы не готовы к открытию моста, – именно такой вывод сделали на*

апрельском турфоруме в Севастополе, собравшем делегатов из шестнадцати регионов РФ. – Звучит парадоксально, но мост может сыграть отрицательно: люди к нам поедут, а у нас и сейчас все в пробках стоит, хотя еще не сезон. Если случится транспортный коллапс, сразу пойдет информация, что смысла ехать в Крым нет – сэкономили полчаса на переправе, но потом часами стояли в огромных заторах», – заявил председатель регионального отделения Российского союза туристской индустрии (РО РСТИ) в Крыму и Севастополе Б. Зелинский (<http://voicesevas.ru/news/38182-krymskiy-most> 30.04.2018).

И тем не менее СМИ с радостью, а кто-то и со скепсисом, сообщали: *«трансляция церемонии открытия Крымского моста начнется сегодня в 14:30 мск. По данным КрымИнформ, первыми по мосту официально проедут мостостроители. Именно по приглашению строителей на церемонию открытия Крымского моста и приезжает президент России». «Путин обозначил сроки открытия движения по мосту в Крым»* (skolkozarabativaet.ru/novost); *«Сегодня Президент России в прямом эфире откроет Крымский мост»* (mt-smi.ru/blog/43385066881/15.05.18); *«Открытие Крымского моста 9 мая: факты против слухов»* (Керчь ИНФО. <http://kerchinfo.com/otkrytie-krymskogo>); *«Прямая трансляция. Открытие Крымского моста»* (<http://topwar.ru/11547...> 15.05.2018)⁹.

Центральные СМИ представляли это событие как большое и общее дело, объединяющее всех россиян. Несмотря на различные комментарии, накануне открытия моста многие центральные информационные каналы России радостно анонсировали это событие: *«Движение для автомобилей и пассажирских автобусов откроют в 05:30 утра 16 мая одновременно с двух берегов...»* (Открытие Крымского моста 15.05.2018. YouTube); *«Сегодня Президент России в прямом эфире откроет Крымский мост»* (<http://mt-smi.ru/blog> 15.05.18); *«Открытие автодорожной части Крымского моста состоится 15 мая. Путин придет на открытие Крымского моста. Заказчик моста в Крым принял автодорожную часть объекта у генподрядчика»* (<http://interfax.ru/russia/> 14.05.18). К этому событию готовились и виноделы Кубани и Крыма (Youtube 30.05.17), и другие местные жители, и иностранные наблюдатели, которые довольно активно также комментировали событие.

Наконец наступил день 15 мая 2018 г., и торжественная церемония открытия автомобильной части Крымского моста состоялась. Многие российские каналы вели прямую трансляцию этого события, о чем сообщалось в прессе и в интернет-ресурсах (kp.ru/daily/26829/15.05.18; rg.ru/2018/05/15/; vesti.ru/doc. 16.05.18) и др. *«В. Путин вышел к строителям и сказал: “Поехали!”, впрыгнул в кабину “КамАЗа” и во главе колонны из 30-ти единиц...отправился на 19-й километр моста»* (МК. 16 мая). Комментариев в российских СМИ было немало. В Ростуризме подсчитали, что после открытия Крымского моста турпоток вырастет на миллион. Подчеркивали, что у Путина уже 20 лет есть права категории С (vesti.ru/doc.html?id=3017680 16.05.18).

Стало ли это событие радостным и объединяющим россиян? Показало ли оно в какой-то мере нынешние созидательные возможности страны, ее способность осуществлять грандиозные проекты, объединять и радовать тысячи граждан страны большим и общим делом? Думается, что ответ может быть положительным. Тем более что возможность страны совершать крупное строительство не раз была подтверждена, например, созданием грандиозных спортивных объектов к чемпионату мира по футболу. Россиянам всё под силу. Но нужна общая заинтересованность в деле, идея необходимости и полезности этого дела для всех и... «лишние» деньги.



Владимир Путин на митинге-концерте по случаю открытия автодорожной части Крымского моста¹⁰

Не только российские, а и мировые СМИ активно комментировали открытие движения по Крымскому мосту. Журналисты рассказывали, что весь Госдеп США смотрел, как Путин открывает Крымский мост, писали о том, что США обеспокоены тем, что строительство Крымского моста препятствует навигации и доставке товаров (rulenta.com/2018/05/ves-gosdep.23.05.18). Большая статья с новостного сайта 1tv.ru/news как бы суммирует первые, восторженные впечатления западных наблюдателей:

Инженерное чудо, мост – как символ Победы, гордость технологического развития России – это заголовки в сегодняшних западных газетах. Мировые СМИ активно комментируют открытие движения по Крымскому мосту, но в отличие от журналистов, некоторые политики пытаются сохранить хорошую мину при плохой игре. И особенно в этом преуспели на Украине – там мечтают о несбыточном. А в Америке и того хуже, некоторые журналисты призывают бомбить гражданский объект.

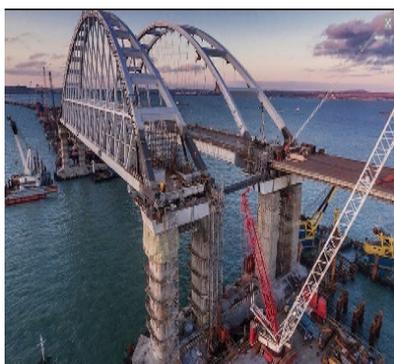
Мост – главное событие в выпусках новостей украинских телеканалов. На всю страну показывают, как Путин на «КамАЗе» едет в Крым. Тут уже не до шуток про картонные сваи. Петр Порошенко реагирует через соцсети, пытается сохранить лицо: «Мост обязательно понадобится оккупантам, когда они будут срочно покидать наш Крым».

«Нет абсолютно никаких сомнений, этот мост – настоящее инженерное чудо. Действительно впечатляющее техническое достижение, которое, по сути, является еще и безусловным политическим заявлением», – говорит в своем репортаже Элизабет Палмер, корреспондент CBS News.

После четырех лет критики воссоединения Крыма с Россией едва ли кто-то рассчитывал на подобную реакцию западной прессы. Особенно теперь, когда Госдеп утверждает, что мост встал поперек украинского судоходства. А в ЕС говорят, что переправа нарушила украинский суверенитет. И все же британские и итальянские газеты обращают внимание на иные детали. «Данный мост стал символом победы. Проект пользуется большой популярностью в Крыму, жители которого в основном поддержали аннексию», – пишет британская Telegraph. «Мост – это тактическая задача, гордость технологического развития России», – пишет итальянская Il Foglio.

От прежнего тона статей осталось разве что слово «аннексия», которым журналисты уже дежурно называют воссоединение (https://www.1tv.ru/news/2018-05-16/_smi_aktivno).

Звучат и другие, не очень доброжелательные высказывания: «*FT: Путин открыл Крымский мост наперекор Украине*» (<http://rodina.news/16.05.2018>). А «Газета.Ру» цитирует информацию одного из керченских сайтов о том, что «для кого-то открытие Крымского моста — это праздник, для кого-то — не очень. Оператор паромной переправы “Крым – Кавказ” ООО “Морская дирекция” на днях направила в центр занятости уведомление об увольнении 323 сотрудников – это почти половина численности предприятия», – передает сайт KERCH.com.ru (gazeta.ru/auto/2018/05/15). Та же «Газета.Ру» писала, что, по мнению немецких СМИ, Крым превращается в «непрístupную крепость», и это может стать гибридной угрозой Украине со стороны России в Азовском море. Еще несколько цитат: «Евросоюз посчитал открытие Крымского моста нарушением суверенитета Украины. “Строительство моста направлено на дальнейшую принудительную интеграцию...”» (<http://rosbalt.ru/world/2018/05/15/>); «Порошенко подает в суд на Россию за нанесение экологического ущерба при строительстве Крымского моста» (topwar.ru...poroshenko-podaet...krymskogo-mosta.html); «Ожидается открытие моста для грузовых автомобилей» (<https://ria.ru/economy/09.05.2018>); «Строительство железнодорожной части моста будет завершено к декабрю 2019 года. Железнодорожная часть Крымского моста готова на 60 %» (РИА Новости Крым. 23.03.2018).



(<https://altaitop.ru/wp-content/uploads/stro.jpg>)



(<https://cdn2.img.ria.ru/images/>)

Строительство и открытие Крымского моста

Итак, 15 мая 2018 г. состоялась церемония открытия автодорожной части Крымского моста с участием президента Путина, 16 мая мост открыли для легковых автомобилей.

Напомним, что в данной работе, кроме всего прочего, нас интересует вопрос: какой отклик находило это событие в российских республиках, насколько оно интересовало и волновало российское население и, в частности, региональных интернет-пользователей? По данным Яндекса, события, связанные со строительством и открытием Крымского моста, далеко не везде стали для россиян очень значимыми. По России в целом интерес пользователей (98%) немного не дотянул до рубежа, который (от 100%) считается уже значимым. По республикам разброс интереса был от 42% в Бурятии и 43% в Саха (Якутии) – до 65% в Мордовии. В Кабардино-Балкарии индекс интереса был несколько выше – 69%, а в Карелии – 82%. Но ничто не может сравниться с активностью жителей Республики Крым, обращавшихся в

поисковик Яндекс за сведениями об этом событии и показавшим индекс интереса – 766%! И это не вызывает удивления, так как по многим параметрам это событие, несомненно, сыграет огромную роль в судьбе Крымского полуострова, в судьбе России, крымчан и других россиян. Важно отметить, что строительство и открытие Крымского моста также привлекло заметно повышенное внимание жителей Донецкой и Луганской областей Украины (131 и 161% соответственно). Яндекс, как уже упоминалось, дает возможность увидеть результаты поиска не только в России, но и во многих населенных пунктах других стран. И это также может быть понятно, так как жители этих «непризнанных» республик, естественно, интересуются не только экономическим эффектом от построенного моста, хотя и это немаловажно, но и жизнью России своих бывших сограждан по Украине.

В качестве небольшого штриха можно привести и данные о заметно повышенном внимании к этому событию жителей небольшого подмосковного города Дубна, расположенного на берегах Волги. Дело не только в том, что это родной город автора данной работы, а в том, что в этом красивом городе, известном своим большим научным потенциалом, уже много лет планировалось построить свой мост через Волгу. И вот, наконец, год назад его реально начали строить. Для небольшого города это стало огромным событием. Жители, с 1937 г. переправлявшиеся на другую сторону города по старой Ивановской плотине, теперь активно следят за строительством долгожданного моста, которое, по сообщениям СМИ, ведется круглосуточно. Они активно публикуют в Интернете свои впечатления, проводя немало аналогий с большим Крымским мостом. Этот маленький пример еще раз показывает, что на интерес жителей регионов к общероссийским событиям влияют многочисленные факторы, порой неожиданные и малозаметные. Один из них, несомненно, связан с личной или групповой заинтересованностью аудитории. И это еще раз можно подтвердить, например, также сравнительно повышенным вниманием к Крымскому мосту у жителей Краснодарского края (296 %) и близкой к Крыму Республики Адыгея (173%).

История Скрипалей (с 4 марта 2018 г.)

Эта непонятная до сих пор «история Скрипалей» стала еще одним поводом политического и медийного шума и противостояния западных политиков с нашей страной. Она очень взволновала мировую общественность, в первую очередь – политиков и журналистов, попытавшихся всеми средствами привлечь к ее обсуждению разные медийные аудитории. На протяжении почти уже трех месяцев, наблюдатели, в том числе и россияне, не могут понять, что случилось с одним из бывших российских военных разведчиков, высланным в Великобританию и проживавшим там в городке Солсбери.

Официальная версия этого происшествия, которая была представлена россиянам, гласила, что Сергей Скрипаль (имеющий двойное гражданство России и Великобритании) и приехавшая к нему дочь Юлия (российская гражданка) были отравлены неизвестными лицами и помещены в неизвестный закрытый госпиталь. Вина за отравление мгновенно была возложена на российскую сторону, и все медиаканалы Запада писали и говорили об этом с уверенностью, но без всяких серьезных доказательств. Российских врачей, дипломатов и ученых, якобы создавших отравляющее вещество «Новичок», не допускали ни к материалам расследования, ни тем более к самим пострадавшим гражданам России. Более того,

от всего мира, и в первую очередь от России, скрывали, где находятся Скрипалей, как они себя чувствуют, как их лечат, как идет расследование.

Средства массовой информации очень активно обсуждали эту проблему: центральные российские телеканалы устраивали шумные ток-шоу, на которых горячо обсуждались все малоизвестные нюансы происшедшего, высказывались предположения, осуждались версии официального Лондона, требовались реальные доказательства причастности нашей страны к этим событиям. Интернет-пространство также уже несколько месяцев переполнено сообщениями, предположениями и комментариями. Все сводилось к вопросам: где находятся отравленные отец и дочь? живы ли они? и что случилось на самом деле? Буквально в воздухе звучало: *«Чем глубже официальный Лондон увязает в версиях и путается в показаниях по делу Скрипалей, тем острее встает простой вопрос: а где в этом деле сами Скрипалей?»* (<http://vesti.ru/doc.html?id-3008888>). *«Кто такой Сергей Скрипаль?»*, – спрашивали российские интернет-пользователи (<http://thequestion.ru/questions/36160>). И им подробно в Интернете же объясняли, что Сергей Скрипаль – «бывший российский военный разведчик Вооруженных сил Российской Федерации, признанный виновным в шпионаже в пользу Великобритании». Многочисленные СМИ, включая и интернет-сайты, освещали это событие, рассматривая в деталях биографию Скрипалей, его фото и личную жизнь (<http://24smi.org/celebrity/42758-sergei>). Даже Википедия не смогла пройти мимо этого события (<http://ru.wikipedia.org/wiki/Отравление...>).

Медийная истерия продолжалась: *«Где Скрипалей? Россия готова созвать совещание Совбеза»* (Вести.Ru). В Интернете высказывались предположения, что *«Скрипалей – не жертвы провокации, а ее участники»* (regnum.ru/news/2401760.html); утверждалось, что *«выздоровление исключено... Скрипаль и его дочь умрут или останутся... Даже если они выживут, они не поправятся»* (<http://rus.jauns.lv/raksts/aktualno/>). Появлялись и издевательско-насмешливые сообщения: *«Загадочное отравление бывшего офицера российского Главного разведывательного управления (ГРУ) Сергея Скрипалей было “раскрыто” британскими газетами»* (<http://ria.ru/analytics/20180310/>). Наши СМИ комментировали сообщения западных каналов, сравнивавших это событие с отравлением бывшего шпиона Литвиненко в Лондоне 12 лет назад. А некоторые аналитики подозревали участие в этом событии украинцев: *«В отравлении шпиона Скрипалей нашли украинский след»* (<http://lenta.ru/news/2018.03.13/gdeugodno>).

Но наконец появилось сообщение: *«Юлия Скрипаль дала первое интервью после отравления»* (vedomosti.ru/politics/articles/23.05.2018). Она рассказала, что находилась в коме 20 дней и ей до сих пор сложно смириться с мыслью, что на нее и ее отца было совершено «подобное»... И опять медиа стали активно комментировать ситуацию: *«Отравленные Скрипалей живы, значит их отравила не Россия?»* (bolshoyvopros.ru/questions/20.03.2018). Продолжаются обсуждения и в Интернете на разных сайтах и в блогах: *«Отравленные Скрипалей выжили, а версия Лондона скончалась»*; *«Отравление Скрипалей: агент, списанный своими и чужими»*; *«Шаровалов: беспокоюсь за жизнь Скрипалей после их выздоровления»*; *«Скрипалей могут сменить имена и “спрятаться” в США»*; *«Никулин о судьбе животных Скрипалей: Британия поступила негуманно»* (<https://ru.sputnik-news.ee/columnists/20180409/>).

Одновременно с судьбой самих Скрипалей в медийном пространстве шло обсуждение и других будоражающих общественность вопросов, в частности связанных

с отравляющим веществом: *«Что представляет из себя нервнопаралитическое вещество из группы боевых газов под названием “Новичок”, которым были отравлены бывший полковник ГРУ Сергей Скрипаль и его дочь? ... Ученые, создатели химического оружия, и врачи утверждают, что, если отравленные в Великобритании отец и дочь Скрипали живы, значит, им сразу же были вколоты антитоды именно от этого яда, и это означает только одно, британцы изначально знали – чем они отравлены».* Таким образом, на свет вышла еще одна версия, озвученная в медиапространстве. Один из создателей нервно-паралитического вещества «Новичок» Леонид Ринк заявил, что подобный яд могли создать в любой стране, где есть оружие массового поражения: *«Ринк впервые дал интервью после отравления Скрипалей. Ринк фактически повторил официальную версию Москвы о том, что Скрипалей могли отравить сами британцы, так как технология изготовления вещества, подобного “Новичку”, им доступна»* (kr.ua/politics/603811-sozdatel). Немного двусмысленно выглядит вывод авторов текста: *«Создатель яда “Новичок”: Скрипаль жив, а значит – это не Россия»...* Непонятно, что хотел сказать автор, то ли – Россия не пожалела бы предателя и уничтожила бы его совсем? то ли – в нашей стране исполнители не совсем профессиональны? А дальше судьба Скрипалей опять неизвестна, но комментарии продолжают: *«История со Скрипалем – дополнительный механизм делегитимизации президентских выборов»* (antimaidan.ru/article/13824); *«То, что происходит сейчас вокруг истории со Скрипалем – это практически копия того, что происходило в свое время с Литвиненко»* (electrovesti.com/istoriya-so); *«Посольство РФ потребовало от Лондона извинений за...»* (gazeta.ru. 25.05.2018); *«Юлию Скрипаль контролируют отравившие ее люди...»* (ria.ru. 28.05.2018); *«Скрипаль подала тайный знак о помощи. Отравление...»* (utro.ru. 28.05.2018)

Спустя три месяца после события ситуация для россиян и даже для журналистов не прояснилась. Что произошло в начале марта в английском городке Солсбери? Где и в каком состоянии находятся отец и дочь Скрипали? Кто и с какой целью устроил весь этот грандиозный и опасный спектакль? И к чему он приведет нас в конце концов? Предположения остаются невыясненными. И российские центральные информационные каналы сделали немало, чтобы громко осветить и публично обсудить это малопонятное происшествие. Но как воспринимали его в российских регионах?

По данным сервиса Яндекс, показывающего внимание пользователей к разным событиям в Рунете, интерес к истории Скрипалей был в российских регионах в целом относительно высоким (102%). Но в российских республиках он, конечно, различался. Если в Крыму и в Кабардино-Балкарии событие не особенно взволновало население – интерес к нему был невысоким (78 и 76% соответственно), то в Башкирии и в Саха (Якутии) внимание оказалось несколько выше, хотя тоже невысоким (92 и 95%). А в Бурятии, Татарстане и особенно в Карелии это событие явно заинтересовало людей (индекс интереса – 100, 103 и 143% соответственно). Повышенный интерес к этому неразгаданному пока событию отмечен и у интернет-пользователей в Москве (133%), в Санкт-Петербурге (124%) и особенно в некоторых зарубежных странах – в Туркмении (368%), Литве (195%), Швеции (279%) и Швейцарии (585%). Разброс большой и не очень понятный.

Но в каждом российском регионе или в зарубежных странах, конечно же, для этого есть свои объяснения. Как всегда, и здесь действует комплекс технических (объективных) и человеческих (субъективных) факторов. Среди важных факторов влияния – общественная атмосфера в регионе: общая информированность населе-

ния, замкнутость и традиционность или открытость взглядов и представлений, общая информационная и просветительская инфраструктура, сбалансированная направленность региональных СМИ на местную и на общероссийскую жизнь, на формирование общих представлений о стране как о большой ценности и ее многообразной жизни. Во всем этом большую роль играют в том числе местные СМИ и элиты. Важна и численность активной медийной аудитории, и ее состав – возрастной, гендерный, образовательный, социальный и этнокультурный. Но очень важна также и интерактивная включенность местного социума, наряду со своими проблемами, в «большую» жизнь страны, его заинтересованность в общих делах всего общества.

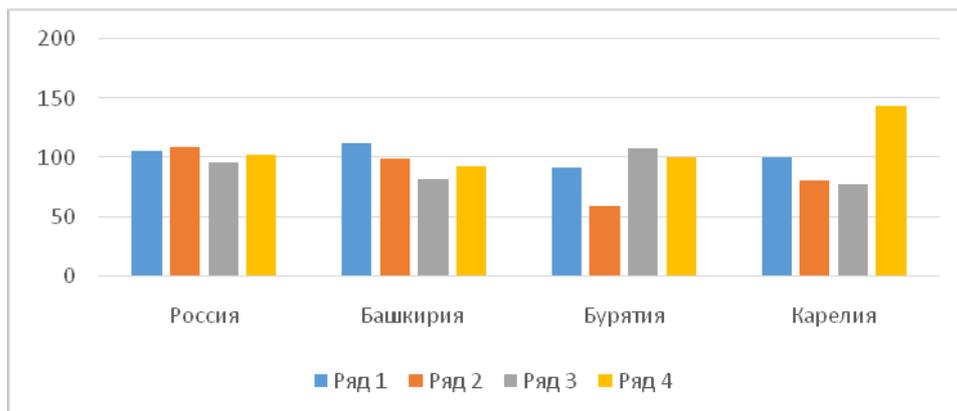
* * *

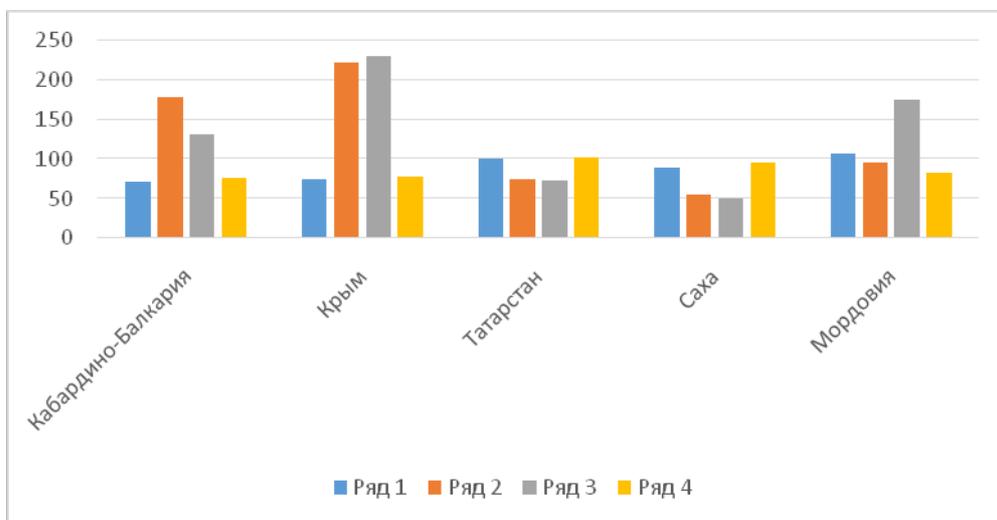
Для большей наглядности мы попытались отразить изложенные выше факты в форме диаграмм, более конкретно показывающих зигзаги и парадоксы интересов республиканских интернет-пользователей к обсуждаемым событиям. Для этого обсуждаемые «горячие» события были условно разделены нами на две группы. Первая связана больше **со зрелищем, с эмоциями** (*пожар в Кемерово, инаугурация Президента РФ, парад Победы и история со Скрипачами*). Вторая больше связана с **рациональным восприятием**, с заботой о будущем России, с ее экономическим развитием, с политической жизнью (*выборы президента страны, санкции против России и открытие Крымского моста*). В каждой отдельной республике отношение к выделенным событиям было уникальным.

На Диаграмме 1 более отчетливо видно, что в Башкирии особый интерес вызвали *инаугурация Президента В. Путина и пожар в Кемерово*, а меньше других – *история Скрипачей и Парад Победы*. В Бурятии, наоборот, *Парад Победы и история со Скрипачами* привлекли большее внимание аудитории, а *инаугурация и выборы президента* – меньшее. В Карелии *пожар в Кемерово и особенно история со Скрипачами* заметно взволновали интернет-пользователей, а *Парад и инаугурация* – меньше.

Диаграмма 1

Внимание в республиках к «горячим» событиям, представляемым центральными СМИ (Индекс интереса по данным Яндекса)





Ряд 1: *пожар в Кемерово*, ряд 2: *инаугурация Президента РФ*, ряд 3: *Парад Победы 9 мая 2018 г.*; ряд 4: *«история» со Скрипалями*.

Далее мы видим, что в Кабардино-Балкарии северокавказскую аудиторию больше заинтересовали торжественные события – *инаугурация Президента и Парад Победы*, а страшный *пожар в Кемерово* и неясная *история Скрипалей* – нет. В Республике Крым картина аналогичная: торжественные государственные события оказались гораздо более интересными (значимыми) для крымчан. А в Татарстане противоположная ситуация: общероссийские праздничные события – *инаугурация*, и *Парад* меньше заинтересовали людей, чем *судьба Скрипалей* и трагический *пожар в Кемерово*. В далекой от центра страны Саха (Якутии) интерес к обсуждаемым событиям был в целом невысоким, хотя *приключения Скрипалей* и *трагедия в Кемерово* все же взволновали якутян больше, чем *инаугурация* и *Парад 9 мая*. В Мордовии большой интерес был проявлен к *пожару в «Зимней вишне»* и еще больший – к *Параду 9 мая*. А *история Скрипалей* не вызвала особого интереса. Таким образом, еще раз можно видеть, насколько различны интересы региональных жителей России к тем явлениям, которые волнуют медийных коммуникаторов в центре страны.

Вторая группа обсуждаемых событий больше связана с рациональным восприятием, с будущим России, с экономикой и политикой. Это – *выборы президента страны, санкции против России и открытие Крымского моста*.

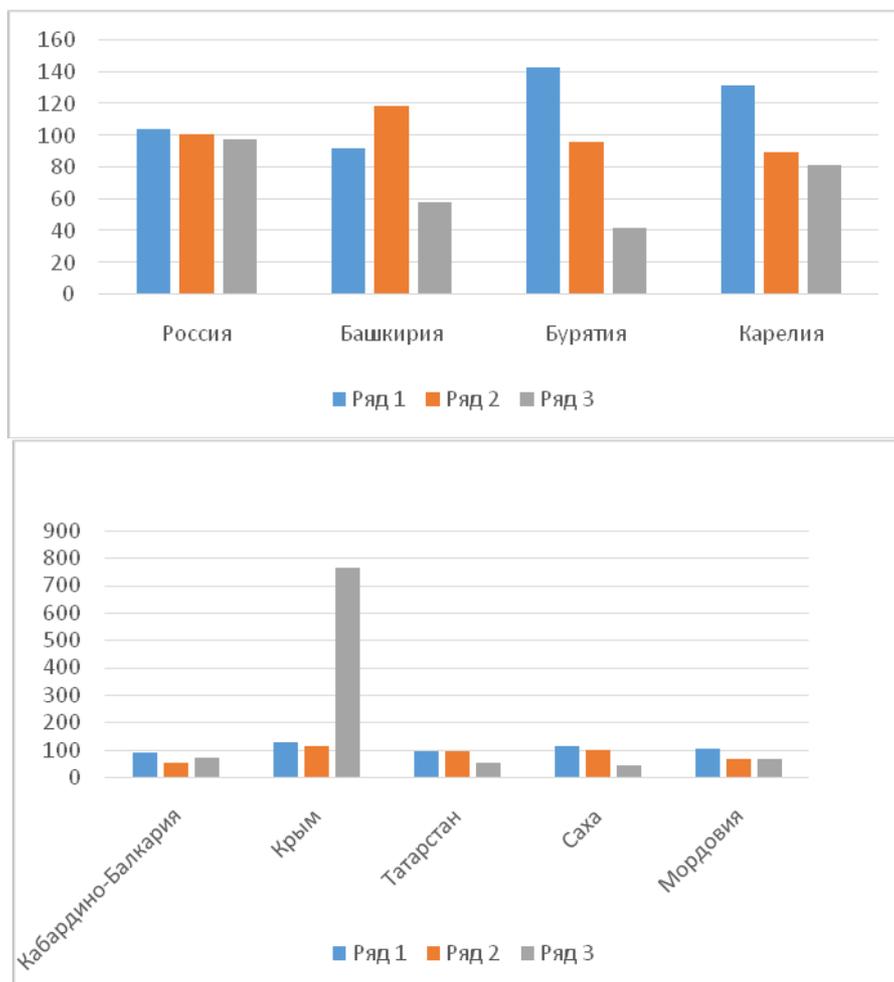
На диаграмме 2 показано, что общероссийский интерес ко всем трем событиям этой группы в целом был довольно значим (около 100% и выше). Но и в этой группе по республикам практически не было единогласия. Жителей Башкирии, больше других связанной с нефтью и газом, заметно взволновали *санкции Запада* против России, но *открытие Крымского моста* показалось ее жителям не таким важным для них. В Бурятии заметно вперед вырвался интерес к *выборам президента* страны, а *открытие Крымского моста* также оказалось далеким для жителей этой республики. В Карелии, как и в Бурятии, особенно важным событием стали *выборы президента* страны.

Кабардино-Балкарская Республика (по рассматриваемым показателям) в целом не очень активно включается в общероссийскую жизнь. Конечно, *выборы президента страны* стали и здесь важным событием. Но *санкции Запада* против России

так же, как и *открытие Крымского моста*, мало затронули жителей этой республики. А вот для Крыма строительство и *открытие моста* стало огромным и жизненно важным событием, привлечшим самое высокое внимание крымчан. Но не только это. Жители новой российской республики активно интересовались и *выборами президента*, и экономическими *санкциями* против России. Для Татарстана в этой группе событий наивысший интерес был проявлен к *санкциям*, в очередной раз объявленным России Западом. А *Крымский мост* – нет. *Санкции* также явились значимым событием для Саха, но все же *выборы президента страны* привлекли внимание якутян больше. Открытие моста так же, как и для всех других республик, оказалось и для них менее значимым. И жители Мордовии также больше всего заинтересовались *выборами президента*, а *санкции и мост* не привлекли их особого внимания.

Диаграмма 2

Внимание в республиках к «горячим» событиям, представляемым центральными СМИ (2-я группа событий)



Ряд 1: выборы президента страны, ряд 2: санкции против России, ряд 3: открытие Крымского моста.

Рассмотрев, таким образом, ряд важных для центральных СМИ событий, происходивших в стране в 2018 г., можно сделать некоторые выводы. Событий в общественно-политической сфере жизни в России происходит в наши дни много, и информация о них, распространяемая в общественном пространстве, безусловно, привлекает внимание определенной части населения страны. А сами события волнуют, беспокоят, радуют или оставляют людей равнодушными. Действительно, часть их проходит для россиян почти незаметно, но другие активно «раскручиваются» с помощью СМИ, долго и громко обсуждаются аналитиками и экспертами и получают широкий общественный резонанс. Обсуждаемые события (случаи) становятся как бы общими для всех центральных каналов, поэтому на их основе идет массированная информационная кампания, имеющая, как правило, несколько важных целей. Основные из них две – привлечь к себе (к своему каналу, к своей позиции или трактовке) сторонников, увеличить свою солидарную аудиторию и противостоять с помощью идей и комментариев «нашим» оппонентам и противникам. И конечно же, при этом не забывать и о третьей цели – соблюдать бизнес-интересы своих «групп влияния» – политиков, кураторов, рекламщиков, спонсоров. Порой эти цели несколько отодвигают в сторону гражданскую миссию СМИ – правдивое и полное информирование аудитории и объединение населения страны с помощью достоверной информации в сообщество граждан, укрепление их духовной общности.

Но многое зависит и от самой воспринимающей аудитории. Жизнь и событиями в стране наиболее активно интересуются люди разных возрастов, профессий, национальностей, и эти аудитории уже давно изучают социологи, психологи и журналисты. Наше исследование показало, что интерес людей к значимым событиям, происходящим в стране, связан и с другими факторами – территориальными и внутрирегиональными. В каждом уголке страны складывается, наряду с общероссийской, и своя отдельная этнокультурная, социально-психологическая общественная атмосфера, и жизнь каждой конкретной республики, каждой области уже сама по себе представляет «целевую аудиторию». «Горячие» события, происходившие в нашей стране в 2018 г., конечно же, взволновали россиян и привлекли их немалое внимание. Да и не только их. Приведенные объективные данные говорят о заметных и немалых региональных различиях этого внимания и интереса к передаваемой информации, к происходящим в стране событиям. Оказалось, что далеко не всегда то, что преподносят центральные информационные каналы населению страны как самые важные новости, на самом деле интересно жителям разных ее регионов. Поэтому представляется необходимым подробно исследовать все социально-психологические, этнокультурные и другие факторы, влияющие на интерес людей к информационному потоку, идущему от центральных СМИ. И учитывая их, предлагать регионам разные формы, темы и другие нюансы информации: где-то делать акцент на более эмоциональных и зрелищных компонентах, а где-то – и на более рациональных и фактологических. Но это предложение, конечно, дискуссионное, поскольку с бурным развитием информационных технологий и «взрослением» аудиторий восприятие предлагаемой информации и интерес к ней будет постепенно сближаться и по регионам.

¹ Текст впервые опубликован в серии «Исследования по прикладной и неотложной этнологии» (Малькова 2018а). Для настоящего издания сделана новая редакция текста

² Реакция. Телевизионная передача НТВ. URL: <http://www.ntv.ru/> (дата обращения: май 2018).

³ По данным исследований Яндекса, см.: URL: <https://yandex.ru/company/researches/2016/>

⁴ *Справка Яндекса*: Подбор слов (wordstat) – это сервис, который помогает получить информацию о запросах пользователей Яндекса. В частности, он позволяет узнать, сколько людей в месяц ищут ту или иную фразу, и посмотреть запросы, похожие по смыслу на вашу фразу. «Показов в месяц» – это абсолютное значение количества показов страниц по запросам из данного региона. «Региональная популярность» – это доля, которую занимает регион в показах по данному слову, деленная на долю всех показов результатов поиска, пришедшихся на этот регион. Для любителей статистики можем заметить, что региональная популярность – это «affinity index». URL: <https://wordstat.yandex.ru/#!/regions>.

⁵ По материалам передач телеканала НТВ. URL: <http://www.ntv.ru/>.

⁶ Здесь и далее ссылки на электронные источники даны сокращенно внутри текста.

⁷ *Справка Яндекса*: Если популярность более 100%, это означает, что в данном регионе существует повышенный интерес к этому слову (явлению), если меньше 100% – интерес пониженный. Популярность слова/словосочетания, равная 100%, означает, что данное слово (явление) в данном регионе ничем не выделено. URL: <https://wordstat.yandex.ru/#!/regions?>

⁸ URL: <https://i08.fotocdn.net/s21/231/> (дата обращения 24.05.2018).

⁹ См. также материалы других сайтов, например: <http://simferopol.bezformata.ru/15.05.18/>; <http://crimea-news.com/society/2018/05/>; <http://tehnofan.com/13-05-2018/>; <http://fedpress.ru/news/91/society/> и др.

¹⁰ Фото: Сергей Бобылев/ТАСС (<https://www.kp.ru/daily/26829/>).

РАЗДЕЛ III. МИГРАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В РОССИЙСКОМ МЕДИЙНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

МИГРАНТЫ В РОССИЙСКОЙ СТОЛИЦЕ. ТРЕВОЖНОСТЬ В СМИ

Рассмотрение московского информационного пространства, в котором живет не только постоянное население города, но и приезжие из многих российских регионов и из-за рубежа, необходимо для более полного представления о многогранной жизни современной российской столицы. Кроме того, московское информационное пространство способно оказывать большое воздействие на все российское общество, во многом становясь примером для общегосударственных и региональных СМИ. В данном разделе речь пойдет о заметных узлах социальной напряженности, о ситуациях социального недовольства, несогласия, возмущения, о которых сообщали московские средства массовой информации в начале 2010-х годов: критика властей и протесты общественности, групповые и массовые выступления, конфликты и т.д. Мы рассматривали их как «тревожные звонки» или «сигналы», подаваемые обществом, журналистами и СМИ, о состоянии этнополитической ситуации в столичном регионе и в стране в целом. Среди выявленных в материалах СМИ «тревожных звонков» есть и такие, которые могут стать началом больших перемен в российском обществе, ведь «начинается земля, как известно, от Кремля». И особенно это справедливо по отношению к межэтническим и социально-политическим процессам и явлениям, происходящим в наше время в российской столице. Поэтому мы видели свою задачу в том, чтобы максимально выявить и рассмотреть эти «искры – сигналы – звонки», подаваемые обществу средствами массовой информации, с целью предупреждения их разрастания, с целью их смягчения или устранения.

При изучении текущей этнополитической ситуации в таком огромном городе, который не только сам живет бурной жизнью, но где происходят важные для всей страны события, довольно трудно выбрать информационные источники, полностью и объективно воспроизводящие здешнюю картину. Поэтому, рассматривая московское информационное пространство и вполне понимая невозможность объять необъятное, мы остановились лишь на некоторых источниках информации, в частности – на печатных изданиях, наиболее популярных в определенный период у обычных москвичей, и на некоторых интернет-сайтах, по-разному освещающих московскую действительность. Рассматриваемая проблематика также была ограничена. Для анализа мы выбрали публикации и сообщения, касающиеся таких актуальных для данной темы проблем, как: *полиэтничность населения, межэтнические отношения, деятельность московских властей по поддержанию социального спокойствия и межэтнического мира в регионе, борьба с общественными нарушениями (включая этнический криминал), националистические вызовы, идеи, распространенные и распространяемые в общественном пространстве, конструктивные предложения по развитию города и московского сообщества* и др. Таким образом, в качестве источников для нашей работы были использованы следующие **каналы массовой информации**:

Печатные издания

Газета «Московский комсомолец» (МК)
Газета «Новые Известия» (НИ)
Газета «Известия»
Газета «Труд 7»

Газета «Аргументы и факты» (АиФ)
Газета «Аргументы недели» (АН)
Газета «Коммерсант»

«Российская газета» (РГ)
Журнал «Огонек»

Журнал «Вопросы национализма»
РИА Новости
Радио «Бизнес FM»
ИА Интерфакс
Газета «Правда Москвы» (ПМ)

Интернет-издания

Сайт Правительства Российской Федерации
Пресс-релизы Правительства Москвы

REGIONS.Ru – новости Федерации
<http://www.regions.ru/news/>
Газета.RU; Вести.RU; Lenta.ru

<http://news.rambler.ru/>
Центр общественной информации
www.newepi.org
SOVA. www.sova-center.ru
МБПЧ. Московское бюро по правам человека
Ural.ru

Новости Армении – NEWS.am и др.

В этой части нашей работы мы касаемся разных событий, так или иначе отраженных в СМИ в 2011–2012 гг. и способных, по мнению аналитиков, стать *болевыми точками* или *тревожными звонками* в социальной и межнациональной жизни столичного региона и всей России. Используя нашу авторскую методику для изучения этнически окрашенной информации¹, мы выделили в публикациях указанных источников основные фрагменты, касающиеся этнополитической ситуации в Московском регионе и России в целом. За единицу счета взяты не столько отдельные публикации, сколько законченные смысловые элементы информации (предложение, абзац, словосочетание, иллюстрация с подписью и т.п.), выделенные из различных публикаций и сообщений. Они также специально отбирались в разных каналах информации в течение года. Отбор этих смысловых единиц проводился в рамках заданной темы. Основные фрагменты текстов (содержание информации и формы ее подачи) включают: *сообщения о событиях; статистические данные; упоминания исторического прошлого; упоминания о власти; упоминания о криминале и терроризме; упоминания о миграции и мигрантах; сообщения о конфликтах и об акциях националистов*. Но кроме фактов, это – *образы и стереотипы этнических групп, регионов и стран; это – идеологемы и лексемы; прогнозы, опасения, советы, призывы, протесты...* Все это и многое другое содержится в информации, которую в большом количестве распространяют коммуникаторы в московском и российском обществе. Более полутора тысяч фрагментов информации (или элементов текста) были выделены нами из этих источников, подвергнуты структурированию и последующему анализу. Именно эта информация не только рассказывает о текущих событиях в регионе и в России, но и участвует в формировании массовых представлений людей об окружающей действительности.

Одной из задач данного исследования было выяснение того, какие события, происходившие в Москве в 2011–2012 гг. (и имеющие этническую окраску), отражались

как наиболее значимые в ведущих СМИ региона; какие комментарии и интерпретация этих событий, а также формы их подачи и эмоциональная окраска могли оказать воздействие на формирование массовых представлений населения о столичных проблемах. Одновременно было важно выяснить, какие события и их отражение в прессе могли стать причиной заметного межнационального напряжения в Московском регионе в этот период.

Как выяснилось, наиболее часто реципиенты (читатели газет, слушатели радио, телезрители и интернет-пользователи) получали относительно спокойную информацию о текущих событиях. Сообщения нередко сопровождалась комментариями, содержали различные идеи (идеологемы), стереотипы и образы, предположения и прогнозы, советы и призывы. Все это – значимые элементы информации, каждый из которых мог существенно повлиять на ее восприятие. В публикациях СМИ довольно часто встречалась резкая критика многих существующих в стране и в ее столице реалий, высказывались и предложения по совершенствованию этой реальности, иногда в очень решительной и даже радикальной форме.

Основные сюжеты, обсуждаемые в данной работе, связаны с полиэтничностью населения города и всей страны в целом, в том числе – с мигрантами и жизнью новых этнических сообществ и диаспор, с протестами местных жителей против «понаехавших», с разными формами этносоциальной напряженности в обществе, а также с терроризмом, криминалом и другими темами. Многие из этих публикаций уже сами по себе содержали явные элементы конфликтности. Отметим, впрочем, что далеко не каждая публикация затрагивала при этом этнические аспекты жизни в столице и России в целом.

Использование особой лексики в материалах СМИ

При первом взгляде на информацию в глаза бросаются яркие и необычные *заголовки публикаций* и иллюстрации. Их активно используют авторы материалов, желающие привлечь внимание к своим сообщениям. И действительно, лексика сообщений (в устной речи риторика) – важный элемент привлечения внимания. Это *слова, словосочетания, меткие выражения, яркие или необычные обороты речи*, порой противоречивые, иногда провокационные, но задерживающие внимание. Это также *поговорки и идиомы, их авторская трансформация, переименование*, порой и *неоконченность*. Использование особой лексики не столько знакомит читателей с фактическим материалом, сколько демонстрирует отношение к нему со стороны авторов, становясь одной из форм убеждения читателей или способом аргументации. Такие примеры в российской и московской прессе массово встречаются с начала 90-х годов прошлого века. И за двадцать постсоветских лет (в том числе и в последние два года) они стали уже не редкостью, а скорее одной из примет современной российской журналистики.

Для примера приведем некоторые заголовки публикаций.

- Из газеты «**Московский комсомолец**»: *Луч света в центре Москвы* (о строительстве Московской Соборной мечети. 01.11.2011); *Столицу накрыла волна массовых драк* (о мигрантах); *Вавилон по-русски* (о мигрантах); *Новые мигранты; Вынул ножик из кармана* (о мигрантах); *Равшанов поменяют на Иванов* (06.09.2012); *Списанное население* (о результатах переписи); *У россиян кишка тонка* (о болезнях);

Ловкость рук и никакого мошенничества (о выборах в Госдуму); *Открепляй и властвуй* (выборы в Госдуму); *Деловой политический цинизм; Зачем в Москву стянули внутренние войска?* (07.12.2011).

- Из газеты «**Коммерсант**»: *Разминка перед вбросом* (о выборах в Госдуму); *Единобросы* (о выборах в Госдуму); *Свободовластие* (о выборах в Госдуму); *Импортная святыня*.

- Из журнала «**Огонек**»: *Пародийная предвыборная кампания* (о выборах в Госдуму); *Интернет – это огромная Триумфальная площадь; Партия жуликов и воров*.

- Из газеты «**Новые Известия**»: *Полку кандидатов в президенты прибывает; Малообеспеченных москвичей выселят из центра столицы; Москву могут превратить в мировую культурную столицу с помощью англоязычных театров и музейных абонементов*.

- Из газеты «**Аргументы недели**»: *Политический карлик бросает вызов «великому и ужасному»* (О Прохорове и Путине); *Зеленое знамя над русской деревней* (о выборах в Госдуму); *Мачеха-родина; Большое меньшинство* (о мигрантах); *Над Болотной тучи ходят... с интересом* (о выборах в Госдуму); *Медведева обкладывают красными флажками; Хозяйское корыто стало меньше* (о выборах в Госдуму).

- из газеты «**Аргументы и факты**»: *Русский грех* (2012, № 43); *Россия – кавказская пленница?* (2012, № 42); *Казачья станица – Москва* (2012, № 40); *Чья она – российская земля?* (2012, № 40); *Средняя Азия готовится к войне и переселяется в Москву* (2012, № 39).

- из газеты «**Правда Москвы**»: *Москва – банкрот? Недалеко то время!* (21.09.2011); *Вставайте, люди русские!; Власть, хватит врать народу!*

Как видим, даже из приведенных выше газетных заголовков, можно составить некоторое представление о характере информации, распространенной в московском и российском общественном пространстве в 2011–2012 гг. Можно судить не только об основных темах, волнующих общественность, но и о «болевых узлах», о тревожных точках российской жизни тех недавних лет. Это повседневная жизнь страны, ее образ и образ ее руководства, это Москва как город и как столица, ее настоящее и будущее, это криминальная ситуация в городе и стране, это проблемы мигрантов и межэтнические отношения в столице и в России.

Но лексемы – это не только эпитеты и идиомы в заголовках публикаций. Нередко уже сами лексические обороты и фразеологизмы в текстах современных СМИ содержат информацию о текущих событиях и фактах, например: *Беспрецедентные беспорядки в Англии; Погромы в Европе*. Но, кроме того, порой они несут в себе и некоторые идеи (идеологемы), которые в большом количестве встречаются в нынешней прессе. Часть этих выражений (фразеологических единиц) уже содержит в себе и распространяет в массовом сознании и лексические *стереотипы-образы*, и заметные *идеи*:

- *Столица / Первопрестольная / Белокаменная / дружба народов Подмосковья / губительная идеология мультикультурализма / рост этнического многообразия / беспрецедентный иммиграционный натиск / анклав / этнотерритории / антигетто / залетная преступность / финансируемое подполье / очередной Ураза-байрам превратил российскую столицу в «Москвабад» / тактика «асфальтовых молитв» / гонения на таджиков / этнопригороды / вскрытая враждебность / агрессивная ксенофобия / подготовка национально ориентированных участковых...*

- *Общая дестабилизация обстановки / недовольные граждане, вышедшие на Болотную / белодекабристы / приниженное общество / измаявшееся от экспериментов над собой государство / непредсказуемая Россия / прекрасная «спящая красавица» Россия / истерзанный историей и современностью русский народ / власть погрузила Россию в политический сон / политическое пробуждение публики / тикающая бомба межнациональных отношений...*

- *Бывший и будущий президент России Владимир Путин / оба-два кремлевских долгожителя / кремлевские хитрованы и робкие оппоненты / зомбоящик / трусливая толерантность властей / зажавшаяся и оглохшая власть / беспросветная несменяемость власти / путинизм / тандемokratы / своего рода позолоченные гетто для богатых, отгороженных от остальных жителей / ползучая фашизация / распадающаяся партия власти...*

В текстах 2011–2012 гг. мелькают «ключевые» слова, с помощью которых почти всегда направленно конструируются и распространяются образы и стереотипы социальных и этнических групп, городов и целой страны: *Русь валютная / непутевое наше государство / мачеха-родина / трагедия современной России / спортсмен-дагестанец / кавказцы / выходцы с Кавказа / ультранационалисты и приезжие / московский студент и выходцы из Дагестана / нелегальные мигранты-таджики / воры в законе / авторитеты / криминальные лидеры / демокроты / русские образованные горожане / агрессия у «рассерженной молодежи» / признаки «массовых беспорядков» и «организованного насилия» / «фашистский бунт» / «нацистский погром у стен Кремля» / кровавые события / массовые драки / крупная разборка / тюремный приемник для мигрантов / спецучреждения для содержания нелегальных мигрантов...*

Таким образом, анализ текстов и употребляемых авторами публикаций лексических форм и выражений демонстрирует практически полное отсутствие в московских СМИ этого периода заметных лексем позитивной этносоциальной направленности. В современной, все еще широко читаемой российской прессе очень редко можно встретить такие выражения, как например: *устойчивая и неконфликтная интеграция приезжих*. Несмотря на обвинения многих либералов, демократов и правозащитников в ущемлении в стране свободы слова, авторы многих публикаций вовсе не стесняются в выражении своих мыслей. Нередко тексты публикаций и выступлений, имеющие критическую направленность, насыщены меткими, неоднозначными, часто обидными и для властей, и для общества выражениями. И это не может не заметить даже неискушенный читатель. Публично используемые авторами лексические построения с выраженной эмоциональной окраской и оценкой, с двусмысленными определениями, с эпатажностью, насмешками и стебом, а иногда – и просто с глумлением, довольно ярко характеризуют не только текущую общественно-политическую ситуацию в стране и ее столице, но и демонстрируют своеобразную свободу слова и реальную возможность конструирования и распространения разных взглядов, стереотипов и идей в нынешнем российском обществе.

Заметим, что лексемы и фразеологизмы, используемые в современных публикациях, стали в последнее время в столичных и российских изданиях еще более политизированными, по сравнению с периодом 1990-х – начала 2000-х годов, но одновременно – и менее насыщенными этничностью. Это говорит о многом. Если в 1990-е и 2000-е годы в московской и российской прессе публиковалась масса материалов с упоминанием национальности персонажей, особенно мигрантов и их преступлений,

то в последнее время подобные сообщения встречаются в прессе гораздо реже. Такие выражения, как: *Люди с азиатской внешностью / лица кавказской национальности / туркмены без баши / беспробудное пьехьянство / гости в горле / понаехавшие* и т.п.², довольно часто употреблявшиеся в информационном пространстве прежде, теперь в московской прессе практически не встречаются. Причин этого мы видим несколько. Во-первых, современная российская журналистика постепенно становится более зрелой и ответственной. Конфликтогенные этнически окрашенные материалы стали осуждаться даже в профессиональном журналистском сообществе, что уже давно происходит в остальном цивилизованном мире. Во-вторых, и наше общество постепенно привыкает к растущей полиэтничности столицы и страны, хотя пока еще и не мирится с этим окончательно. Но рациональный подход к будущему страны постепенно настраивает людей на мирное сосуществование с новыми представителями иных культур и религий. И, наконец, в настоящее время у россиян появляются еще более актуальные и острые экономические и политические проблемы – сохранение целостности страны, ее благополучие из-за угрозы нового кризиса, рост агрессивного национализма, легитимная смена власти в стране, забота о будущих поколениях и многое другое.

Основные проблемы, тревожащие москвичей и прессу

Рассматривая современную этнополитическую ситуацию в Московском мегаполисе, отражаемую в СМИ, важно представить медийный образ столицы и ее окрестностей в целом. Разнообразная городская пресса ежедневно показывает, что Московский регион, также как и все другие российские субъекты, во многом живет своей обычной жизнью. Люди работают, создают свои семьи, ходят по магазинам, ездят друг к другу в гости, растят детей, для которых, как и в других российских городах, все еще не хватает детских садов и школ. Коммунальные службы почему-то традиционно не успевают за погодой, о чем СМИ сразу же многократно сообщают населению. И опытные москвичи меняют не только свою одежду, но постепенно меняют и взгляды на окружающую действительность. А каждый канал СМИ по-своему рассказывает об этих процессах и по-своему влияет на них.

Что же волновало и беспокоило в начале 2010-х годов московскую общественность? Как оказалось, проблем, акцентируемых в городском информационном пространстве, и в этот период традиционно было немало. Назовем некоторые из них, наиболее заметные и тревожные для москвичей, нашедшие немалый отклик в городских и российских СМИ.

- Текущие и грядущие изменения в городе в связи со сменой его главы.
- Расширение границ Москвы.
- Градостроительство, благоустройство и модернизация города.
- Перенаселенность и транспортные проблемы.
- Коммунальное хозяйство.
- Взаимоотношения москвичей с чиновниками и другими властными структурами.
- Положение этнических мигрантов и их интеграция в московское сообщество.
- Соперничество и конкуренция москвичей и приезжих.
- Расширение в Москве иноэтничной инфраструктуры.
- Этнический криминал и терроризм.

- Опасения за русскую, московскую и общегражданскую идентичность, за будущее своего города и всей страны.
- Отголоски событий 2010 г. на Манежной площади и последующие националистические акции.
- Борьба за справедливость, честность и гражданское достоинство.
- Выборы в Госдуму и массовые митинги протеста против несправедливости.

Мнений о Москве в информационном пространстве много. Обновляющейся и хорошеющей в последние годы российской столице делают в прессе немало комплиментов. Однако в этом СМИ далеко не единодушны. И противоположные мнения в прессе нередко относятся и к внешнему облику города, и к его внутреннему пространству, и к архитектуре, и к его общественным или социально-политическим функциям. В СМИ мелькают упреки городу в том, что он – один из самых дорогих для проживания, что он перенаселен и тесен, что здесь устаревшая инфраструктура, что это – «*один большой рынок труда, где каждый второй турист – гастарбайтер*»³. Некоторые издания называют столицу «*обожравшейся и космополитичной, совершенно не представляющей собой нашу страну*» (МК. 11.01.2012). Другие говорят, что это – «*икона русского государства*», которую превратили в «*криминальную столицу, в столицу криминального мира и криминальной вселенной*» (А. Проханов. АН. 20.01.2011). В отдельных периферийных информационных каналах заметна ревность «бедной и скромной провинции» к «блестящей и разгульной столице». Но, разумеется, большинство таких высказываний – преувеличение. Вряд ли о Москве, как и о других городах, можно судить столь однозначно.

Анализ материалов московской прессы показал, что ее публикации, и не в последнюю очередь – яркие заголовки, наглядно отражали и в этот период многие актуальные общественные проблемы. Газеты писали о культурной жизни столицы и о готовящейся ее модернизации. Речь шла о работе многих столичных музеев, о революции в библиотечной сфере и о новациях в городских парках (МК. 11.11.2011). Москвичей информировали о повышении тарифов ЖКХ, которое, безусловно, тревожило большие слои населения (МК. 07.12.2011). Приведем ряд заголовков публикаций из прессы, которые дают некоторое представление о динамичной, но далеко не всегда «столичной» московской жизни: *Еда в Москве ненастоящая. Власть признала: гарантировать безопасность продуктов она не может* (МК. 10.06.2011); *Таксистам официально разрешили обдирать москвичей* (МК. 22.06.2011); *Москвичам подняли тарифы на «коммуналку». Повышение цен пройдет в июле и в сентябре* (МК. 07.12.2011); *В Москве начала поднимать голову корь* (МК. 23.06.2011); *Москва – город водный для жизни* (МК. 23.06.2011); *Воды Москве хватит* (МК. 21.06.2011); *В Мосгордуме озаботились спасением на родах* (МК. 20.06.2011); *Стресс в большом городе* (МК. 28.04.2011) и т.п.

Обсуждение важной для горожан (и для многих других россиян) темы отставки мэра Ю.М. Лужкова и назначения на этот пост С.С. Собянина (21 октября 2010 г.) продолжалось в московском сообществе на протяжении нескольких лет, хотя уже и с меньшим накалом. В московских СМИ почти постоянно сообщалось о нововведениях городских властей, об их удачах и просчетах. Как и в других случаях, заголовки публикаций дают возможность представить некоторые направления действий нового столичного правительства: *Москву ждет культурная революция* (МК. 11.11.2011); *Сергей Собянин удивит москвичей. Он пообещал, в частности, что жилье в Москве будет дешевле* (МК. 21.10.2011); *Выезд из столицы будет стоить денег. До конца*

2012 г. может открыться первая платная дорога Московского региона (МК. 21.10.2011); Лужков, Собянин – пробка (ПМ. 21.09.2011); Москва – банкрот? Недалеко то время! (ПМ. 21.09.2011); Губернию возьмут в кольцо. Туристическое. Чем Подмосковьё привлекает иностранцев (МК. 07.12.2011); Компьютерная мышь проведет желающих по Москве (МК. 26.11.2011); Москвичей отучают от неправильных стоянок (МК. 03.12.2011); В новой Москве все по-старому (МК.07.12.2011). Но, несмотря на актуальность и важность темы, последствия смены московских властей постепенно перестали быть таким уж большим событием, хотя и вызвали поначалу огромный интерес у общественности. Уход вслед за Лужковым некоторых московских чиновников тоже не стал большим ударом для москвичей. Очевидно, они и не играли решающей роли в социально-политической жизни города.

Еще одна из многих важных, и в последние годы уже постоянных проблем Московского мегаполиса – его очевидная **перенаселенность** и связанные с этим многочисленные точки социальной напряженности. Эта трудно разрешаемая проблема на протяжении многих последних лет серьезно беспокоит власти, СМИ и жителей столицы. Людей тревожит переполненность общественного транспорта, постоянные дорожные пробки, отсутствие мест для парковок, неповоротливость дорожных служб при внезапных дождях и снегопадах. И... присутствие в городе множества «чужих» людей, которые пользуются городскими льготами, но что дают городу – неизвестно.

«Время, которое приходится затрачивать москвичам на путь из одного конца города в другой на наземном транспорте, превышает все мыслимые пределы. Да и метрополитен, которым пользуется большинство москвичей, вряд ли можно считать панацеей от транспортных напастей. Там тесно, душно и опасно... Москва по плотности населения превысила все мыслимые пределы и переплюнула все столицы мира. Я уж не говорю о жилищном строительстве. Элементарный вопрос: похоронить людей невозможно в Москве, мы вынуждены обращаться, вести дебаты с нашими коллегами из Московской области», – так заявляет даже новый мэр российской столицы С. Собянин (ПМ. 21.09.2011).

Заметим, что некоторые оппозиционные партии рассматривали сложившуюся ситуацию в Москве как политическую проблему. В частности, коммунисты в своих предвыборных (в Госдуму) выступлениях в прессе, отмечая беспрецедентные усилия властей по спасению города, заявили о скором его «дефолте» (ПМ. 21.09.2011). Выступления оппозиции против нового московского руководства, большинство которого – члены партии «Единая Россия», конечно, подогревают страсти и в СМИ, и в среде простых москвичей. Их критика чаще всего направлена на ежедневные транспортные пробки на улицах, хотя некоторые наивные жители города надеялись, что с приходом нового мэра ситуация сразу же улучшится. И результатом этой пока нерешенной проблемы, которую нельзя снять за короткий срок, и оппозиционных истерик может стать не только транспортный коллапс города, но и серьезный рост социальной напряженности. Этот социальный узел затягивается все сильнее и со временем может быть серьезно использован политическими оппонентами не только городских властей.

Градостроительство и благоустройство города – еще одна из актуальных проблем, обсуждавшихся в московском сообществе. Бесспорно, что Москва растет и хорошо. И многие москвичи замечают это и гордятся своим городом. Но дискуссии о развитии городского пространства идут и, естественно, выплескиваются на страницы

печати. Москвичей тревожат проблемы сохранения памятников культуры, строительство и архитектурный облик новых зданий, обустройство парков и дворовых территорий. Порой вспыхивают шумные конфликты между чиновниками и жителями по поводу переселения последних из старых и ветхих домов. Но все это не связано напрямую с этническими аспектами жизни горожан, хотя некоторые инциденты, освещаемые прессой, бывают достаточно резонансными. Судьба Курского вокзала, московского метро, судьба городских памятников и сносимых домов – все это обычные для любого большого города проблемы. Приведем примеры некоторых публикаций, актуальных для прессы и москвичей в исследуемый период: *Курский задом наперед* (АН. 2011. № 48); *Москву перероят вдоль и поперек* (МК. 22.11.2011); *Убежище денег* (АН. 2011. № 48); *Триумфальная арка – не место для парадов* (МК. 17.06.2011); *У мэра может появиться советник по продвижению бренда города. Столичные чиновники решили в этом вопросе брать пример с Лондона* (Известия. 08.12.2011); *Трассы – аж жуть!* (МК. 17.11.2012); *Зима снова пришла неожиданно* (МК. 27.11.2012); *Жизнь в столице: ставки растут* (МК. 28.11.2012).

Проблема создания Московского бренда важна для горожан. И она находится в сфере внимания не только у городского, но и у областного руководства. Это также обсуждалось в прессе: «...*Московская область имеет огромный потенциал для развития туризма. Благоприятные природно-климатические условия, хорошая экология, подмосковный ландшафт, считающийся типично русским, множество всемирно известных туристских объектов, развитый курортно-оздоровительный комплекс. ... Древние города Подмосковья..., музеи, сувениры, дворцы спорта, стадионы... Разрабатываются новые туристические маршруты... Однако, здесь пока еще ...слабый придорожный сервис...*» (МК. 07.12.2011).

Определенные дискуссии в прессе и разногласия в обществе вызвало решение федеральных и московских властей **о расширении границ Москвы**. Эта градостроительная проблема на некоторое время вышла на первый план, что сразу же отразилось и в лексике публикаций СМИ. Журналисты придумали этому явлению названия: *галстук, прирезанный к Москве / БЮРОГРАД / новая Москва / новые москвичи* ... Газеты писали по этому поводу: «*По факту Москве отойдет 21 муниципальное образование на юго-западном направлении, в т. ч. два городских округа – Троицк и Щербинка... Областная дума отдала земли неохотно. В перспективе население Новой Москвы должно вырасти с нынешних 232 тыс. человек до 1,5–1,8 млн человек*» (МК. 16.11.2012). И это грядущее объединение Москвы с частью Московской области (названное «расширением» Москвы) не обошли вниманием политические партии: «*Коммунисты видят в грядущем расширении огромный подвох... Единороссы апокалипсиса в ситуации не усмотрели*» (МК. 03.12.2011). Вообще, в прессе по этому поводу сталкиваются разные мнения. С одной стороны, расширение столичных площадей и строительство «новой Москвы» должно, по мнению авторов идеи, разгрузить город от правительственных учреждений, которые планируется перевести из центра, и от транспортных пробок. Но, с другой стороны, на это потребуется слишком много денег, которые, как водится у нас, *быстро разворуют*. Странники и противники этих точек зрения высказывали в прессе свои аргументы. Одни расписывали минусы жизни в «старой Москве»: «*Старая Москва не всем подходит... Минусы жизни в пределах Садового кольца известны всем – шум, загрязненность воздуха, маленькие дворы, отсутствие автостоянок и магазинов... Новая Москва манит*»

(Москвичи уходят в Подмоскowie. МК. 22.12.2011). Другие говорили о том, что Моссоблдума не соглашается с этим решением из-за собственных планов на эти земли. Газеты писали, что даже самого Сергея Собянина *«ужаснула стихийная застройка присоединенных территорий... Стихийные рынки, дома-самострои, из которых можно собрать целый поселок, плохие дороги»* (Хаос-Таун в Новой Москве. МК. 12.11.2012). А коммунисты в своих предвыборных публикациях заявили, что *«расширение Москвы – это решение конъюнктурных задач по привлечению капитала»* (ПМ. 21.09.2011). В СМИ в этой связи обсуждался и еще один актуальный вопрос: *«Откуда хлынет поток мигрантов в расширенную Москву?»* (Известия. 05.08.2011).

Для принятия правильного решения участники споров предлагали провести референдум. А столичные власти тем временем объявили международный конкурс на разработку концепции развития московской агломерации (столица и область). Предполагалось, что десять команд проектировщиков (архитекторов и урбанистов) за шесть месяцев разработают по три проекта облика Москвы с присоединенными территориями и к сентябрю 2012 г. представят свои предложения москвичам (МК. 16.01.2012). Некоторые наблюдатели предполагали, что новые московские территории могут превратиться в *гетто гастарбайтеров*, которых туда начнут привозить тысячами, когда начнутся стройки, возникнут «этнопригороды». Но эксперты видят узел проблем не только в мигрантах, а еще и в местных жителях, которые *«могут выйти против строек с вилами. С ними поступили, как с крепостными, которых подарили другому барину»* (Вендина О., Колесниченко А. Москва находится на пути к лондонским погромам. НИ. 15.08.2011). Но пока, отмечали СМИ, несмотря на принятые решения, в новой Москве все по-старому: *«... Столицу расширили на бумаге, на деле пока еще мало что изменилось. ... Областная Дума отдала земли неохотно. Оппозиция считает, что, прежде чем отдавать земли мегаполису, нужно было провести референдум и просчитать экономические и социальные последствия этого шага. Но в Подмоскowie пошли по другому пути... “Новые москвичи” двумя руками голосовали за получение столичных повышенных пенсий, зарплат и пособий»* (МК. 07.12.2011).

Важно подчеркнуть, что во всех этих московских проблемных узлах, несмотря на некоторое вольное и невольное (?) нагнетание социальной напряженности в СМИ, все же практически не выделялись этнические мотивы. И это немаловажный факт. Хотя в публикациях об обычной московской жизни такие мотивы звучали. Этнические мотивы встречались и в некоторых газетных материалах о «спортивных» акциях: *«Мы – футбольные фанаты протестуем против засилья чурок, азеров, хачиков, чеченцев...»* (МК. 17.12.2011). Подобные публикации напоминают выступления московской прессы 10–15-летней давности, когда криминальные материалы, окрашенные этничностью, заполняли многие городские газеты. Но сейчас они все же встречаются гораздо реже.

Проблемы межэтнических отношений в Москве

Как известно, современные межэтнические отношения в столичном регионе связаны, прежде всего, с миграционными процессами, иными словами, – с проблемами мигрантов, гастарбайтеров и так называемых «понаехавших». Поэтому **полиэтническая Москва и миграция** (внешняя и внутренняя) – одна из самых важных и горячих тем последних десятилетий, причем, как для реальной общественной жизни, так и

для СМИ. Уже на протяжении почти трех десятков лет москвичей очень волнует продолжающаяся эпопея с «понаехавшими». В прессе периодически, в разных вариантах появляются нейтральные и негативные публикации о них и о проблемах, связанных с их пребыванием в городе и в стране. Авторы (журналисты, чиновники, эксперты, простые люди) рассуждают о том, сколько их в городе и окрестностях – легальных и нелегальных, о целях их пребывания в столице, о том, что, если они необходимы, то как они должны здесь легализоваться – с семьей или без, как и где они должны жить, как должны общаться с «коренными» москвичами, какие права и обязанности должны быть у них и у их работодателей, чтобы все были довольны. В обществе понимают, что от государственной миграционной политики, от успеха адаптации мигрантов к жизни столичного города и к его населению, от терпимости и лояльности принимающего населения к самим мигрантам зависит общественная атмосфера не только в городе, но и во всей стране. Но, как показывают некоторые события (например, выступление молодежи на Манежной площади в декабре 2010 г. и последовавшие за этим громкие акции), от этого зависит спокойствие и даже само существование страны в целом. Поэтому миграционные процессы и все, связанное с пребыванием мигрантов в стране, не может оставаться незамеченным и для политических партий.

Вокруг полиэтничности Москвы ходит немало мифов и слухов, которые с охотой распространяют в массовом сознании и современные СМИ. Судя по дошедшим до нас из глубины веков сведениям, Москва всегда была полиэтничной. Об этом в последние годы настойчиво повторяют москвичам «официальные» лица (в основном – чиновники). Конечно, доля инокультурных жителей в московском населении в прежние времена была довольно малой, хотя порой даже малая их часть играла значительную роль в жизни города и даже всего государства (например, немцы в XVIII в.). И все же, примерно до 1990-х годов Москва представлялась в общественном пространстве и в массовом сознании не только как столица союза республик, но и как столица большой России, прежде всего – русского государства, хотя в идеологии советского времени этот факт долгое время не акцентировался. Не менее 80–90% населения Москвы всегда было русским. И русские люди вместе с представителями других национальностей на протяжении нескольких столетий ощущали этот город как «свой». Это закрепилось и в массовом самосознании. Так, в художественных произведениях писателей и поэтов, художников и музыкантов Москва всегда представляла как русский, православный город, о нем слагали стихи и песни, придумывали поговорки как о «нашем», о «своем» русском городе: *«Москва-матушка»*, *«Москва – мать городов русских»*, *«В Москве рубят, по всей Руси щепки летят»*; *«Москва! Как много в этом звуке для сердца русского слилось! Как много в нем отозвалось!»*

Но пришел XXI век, за десять лет до наступления которого Советский Союз распался. И Москва, а за ней и вся Россия в который раз превратились в притягательную и заманчивую территорию для окружавших ее теперь уже бывших советских соседей. Они едут в Москву и в другие регионы России с разными целями, главная из которых – заработать деньги для своих семей или просто устроиться на этой, прежде недоступной для многих земле. И эти миграционные процессы дают России (по мнению экспертов) не только некоторый, трудно определяемый экономический и демографический эффект, но и создают, как известно, массу проблем для принимающей стороны. **Тема «инокультурных пришельцев»** уже около трех десятилетий постсо-

ветских лет остается одной из самых актуальных и острых для московских и российских СМИ и всего российского общества. Разные аспекты миграционных проблем, определенным образом освещаемые и представляемые в прессе, не могут удовлетворить общество. Порой наоборот, публикации и радио-/телепередачи на эти темы еще больше тревожат и раздражают массовое сознание, дестабилизируют общественное пространство.

Журналисты и многие другие авторы, которым предоставляется трибуна в нынешних СМИ, говорят об этой проблеме, как правило, ярко, эмоционально, оценивая ситуацию в основном негативно и очень редко пытаясь в ней разобраться по существу. Так происходит сегодня, и так было, как показывают наши прежние исследования, и в СМИ двух предыдущих десятилетий (Малькова 2004, 2007). Проблема взаимоотношений москвичей и мигрантов за это время не только не решена, но порой приобретает и более опасные, чем прежде, формы. Разница в том, что раньше в Москву и в Россию в целом приезжали люди еще советского воспитания, считавшие город не только российской, но и общей столицей. Большинство их все же чувствовало себя здесь гостями, часто бесправными и обездоленными, хотя и относительно дружелюбно настроенными к стране и к москвичам. Теперь же в Москву едет другое поколение, причем, далеко не только для заработков. Кроме трудовой миграции (а это отдельная тема), здесь находится много иностранных студентов, часть которых уже побывала в европейских странах и почувствовала себя «независимыми гражданами мира». Сюда приезжает много свободных, неработающих молодых людей, часть которых время от времени находит подработку у своих более удачливых соплеменников или уходит в криминал. Сюда из соседних с Россией стран едут спортсмены, артисты и их окружение. Кроме того, часть «мигрантской» молодежи уже выросла за последние десятилетия в самой Москве и стала чувствовать себя здесь «коренными» москвичами. Самосознание всех этих людей уже существенно отличается от того, которое было у их предшественников. И разобраться во всем этом обычным людям, журналистам и самим чиновникам, ответственным за миграционные процессы, действительно довольно сложно. Ведь сама ситуация с мигрантами в Москве и во всей России многогранна и многоаспектна, запутана, полузакрыта и далеко не всегда понятна.

В самом деле, увидеть миграционную ситуацию в целом, с четкой статистикой, с ее легальными и нелегальными приезжими, с их занятостью и жизненным устройством в новом месте сегодня практически невозможно. Поэтому и в прессе, и в обществе горячо обсуждаются вопросы учета и контроля за приехавшими в столицу «гостями», цели их легального и нелегального пребывания в городе, их человеческие и гражданские права, проблемы обеспечения законопослушных мигрантов работой и жильем, устройства их детей в детские сады и школы, обсуждаются и трудности психологической адаптации людей другой культуры, нередко приехавших из глубинки даже своих стран. И, конечно, не остается без внимания СМИ не всегда скрытое психологическое и культурное противодействие принимающего сообщества, недовольного перенаселением города, трудностями с жильем, с транспортом, с устройством на работу. Все это, безусловно, влияет на состояние межэтнических отношений в мегаполисе и его окрестностях и усиливает общественную напряженность.

В своем выступлении на Международном политическом форуме в Ярославле 7 сентября 2011 г. председатель Конституционного Суда РФ В.Д. Зорькин справедливо отмечал: *«Мигранты, прибывая в страны, где они намерены обосноваться и*

которые оказались готовы их принять, приносят с собой не только свои рабочие руки, но и свои – нередко очень своеобразные или даже контрастные культурные и религиозные нормы, обычаи, привычки, образ жизни, этические и правовые представления. И чем больше в ходе глобализации становится таких мигрантов, тем острее встает вопрос об их социальной, экономической, политической, нормативно-правовой интеграции в “коренную” социальную общность. То есть – вопрос о поиске такой системы идентификаций, которая способна создать в стране устойчивую социально-экономическую, политическую, нормативно-правовую общность»⁴. Но о каких проблемах в этой связи рассказывали московские и российские СМИ в 2010–2011 гг.?

Одно из информационных направлений, связанных с темой мигрантов, это **сведения о количестве приезжих** в столичный регион и в Россию в целом. Человек и общество должны знать пространство, в котором они живут, и осознанно ориентироваться в нем. Для этого надо представлять, как минимум, структуру общества, в том числе и проблемные его аспекты, связанные с этничностью. Статистика может помочь в этом. Но, как и в предыдущие годы, приводимые в последние годы в СМИ данные, не выдерживают никакой критики. В них озвучиваются чаще всего экспертные предположения, которые в разных каналах заметно расходятся между собой: «Официально считается, что население Москвы сегодня составляет чуть более 9 млн человек» (Труд 7. 16.06.2011); «В Москве проживают 11,5 млн человек. При этом москвичек на 800 тысяч больше, чем москвичей, – сообщил зам. мэра А. Шаронов, подводя итоги переписи 2010 г.» (МК. 28.12.2011); «Сколько в Москве гастарбайтеров, доподлинно не знает никто. Несмотря на то, что в последние годы городские власти последовательно сокращают квоты на приезжих, общее число мигрантов не уменьшается. По неофициальным оценкам, их примерно 2–2,5 млн. человек, или чуть менее четверти от населения столицы» (МК. 29.11.2011).

Московские и российские СМИ на протяжении многих лет, как и раньше, затрагивают многие аспекты проблемы. Их интересует: *Сколько получают мигранты в Москве?*; *Как повлияет их репродуктивная деятельность на московское население, и что будет с «коренным» населением в городе через 40 лет?*; *Почему, вроде бы зарегистрированные мигранты, «болтаются по Москве» и ничего не делают?*; *Будет ли в Москве анклавное расселение или оно уже есть?*; *Как быть в Москве со школами, «плохо говорящими по-русски»?* Вопросы, поставленных в прессе, огромное количество. Большинство из них – справедливые, но довольно острые и вольно и невольно нарушающие спокойствие постоянных жителей города. Как показывает наш анализ, основная идея большинства публикаций последних двух десятилетий (несмотря на робкие и малодоказательные обратные версии) остается прежней: *«Москва – тревога! Чужие среди нас!»*. Более того, судя по публикациям в столичной (и общероссийской) прессе, большинство мигрантов «повинны» во многих московских и российских проблемах. И эта **идея об их «грехах»** содержится в большинстве публикаций о мигрантах (что нередко отражено в заголовках публикаций). И, конечно же, тема мигрантов и межэтнических отношений в предвыборные горячие месяцы берется на вооружение политическими партиями, что еще больше усиливает этносоциальную напряженность в обществе. Что же беспокоит москвичей в этой связи?

- *Почти незаметно в Москве в последние 15 лет появилась новая социальная прослойка, состоящая из сотен тысяч трудовых мигрантов. Многие из этих людей ночуют в подвалах и выселенных домах, плохо говорят по-русски и, как выражаются*

правоохранители, «находятся вне правового поля». При этом в таких сферах как ЖКХ, строительство, рыночная торговля, городской транспорт и т. д. приезжие практически вытеснили коренных жителей (Труд 7. 06.06.2011).

- КПРФ считает, что в современной России наблюдается острый дефицит рабочих мест (а не рук). Массовая иммиграция неизбежно способствует социальной деградации всего трудового населения России. Недопустимо образование этнически обособленных общин и анклавов, склонных к росту и усилению... (ПМ. 21.09.2011).

- ...Согласно данным опросов, масштабы нелегальной миграции волнуют подавляющее большинство жителей столицы. Казалось бы, миграционные процессы призваны стимулировать экономику, развивать диалог религий, культур и цивилизаций, укреплять взаимосвязи между народами, превратив миграцию в мощный инструмент развития России. Однако, миграционная политика у нас «косолапит», проводится в интересах правящей элиты и фактически нацелена на замену коренного населения России мигрантами... Правящая элита пошла по максимально нежелательному и опасному для коренного населения России пути – целенаправленного усложнения этнической структуры славянских регионов и образования в них обособленных, не склонных к интеграции и потенциально враждебных коренному населению общин, а зачастую – целых анклавов. Частично этот план осуществлен. Этнические общины сумели найти общий язык с властью. Но недовольство основной массы населения достигло опасных пределов: угроза социального взрыва по всей России нарастает. Конфликт налицо.

- ...Они насыщают рынок низкоквалифицированной рабочей силой... Примерно треть рынка труда в Москве занята приезжими. Выходцы из бывших советских республик Закавказья и Средней Азии обслуживают дома, метут дворы, строят и ремонтируют дороги, отпускают товар в магазинах. ...Но они способствуют и оттоку денег из страны, подпитывают преступность, обостряют межэтническую и социальную напряженность, выдавливая с рынка труда граждан России.

- Многие гастарбайтеры продолжают работать в Москве за копейки, не имеют никаких социальных гарантий и нормального жилья.... Замечены даже целые «подземные города» мигрантов. ...И все это творится в XXI веке!!!... Нынешним отечественным «предпринимателям» куда как выгодно иметь дело с бесправной, бессловесной рабсилой, нежели с грамотным работником, знающим свои права... Так стоит ли удивляться участившимся межнациональным столкновениям, будь то в Сагре или на Манежной площади? Нас, москвичей, и приехавших в столицу на заработки людей просто сталкивают лбами (ПМ. 21.09.2011).

И опять очень многое в материалах СМИ отражается в их лексике – эмоции, домыслы, предубеждения, прогнозы и предсказания. Приведем весьма красноречивый пример – название публикации «Как остановить рост вражеского поголовья».

- Во вторник премьер Путин встречался с главами религиозных конфессий. Разговор был тяжелым. Почему – понятно всем. За последние 5–10 лет в многонациональной России все заметнее национальная нетерпимость. Русские все чаще называют южан и кавказцев «черными», те русских – «свиньями». Такие клички – еще полбеды. Из-за того, что гражданам страны в последние годы взаимно не нравится чья-то манера говорить, носить бороду или заплетенную косичку, происходят целые побоища. Как это было в Кондопоге, Сагре, Ленобласти, Ростовской области... Вернее, побоища происходят по какому-то криминальному поводу, но «свои» начи-

нают заступаться за соплеменников, хвататься за оружие, и взаимная вражда растет в геометрической прогрессии. Что же делать? Даже некоторые известные политики стали говорить об отделении кавказских республик (АН. 20.06.2011).

Российские аналитики пытаются с разных сторон рассмотреть претензии части москвичей, зараженных ксенофобскими настроениями:

- Мигрант уже как оккупант? Говорят, что без них уже не может обойтись российская экономика? Но от них уже стонет российский народ... Миллионы мигрантов образовали параллельный мир, где все отлажено... Приехавшие в Россию много лет назад мигранты паразитируют: обирают и эксплуатируют собственных сограждан...

- В ряде регионов заметно «перенасыщение» мигрантами. Несоблюдение баланса местного населения и приезжих выливается в социальное напряжение... Можно было бы селить их в кэмпы, отработал – уезжай... Если наше население сокращается, значит, толпы нынешних гастарбайтеров строят для самих себя, через пару десятков лет они займут всю страну.... Далее газета задает вопрос своим читателям: «Будут ли бунты против засилья мигрантов?» (В. Поставнин. АиФ. 2012. № 43).



Публикации о мигрантах из московских изданий (фото автора)

Однако сторонники продолжения миграционных процессов в Россию объясняют, что «...демографическая реальность – сокращающееся население – ставит нас перед незавидным выбором. Или пустеющие просторы, которые некому охранять и осваивать, – или привлечение к делу приезжих... Выходцы из Северо-Кавказских республик – не мигранты. И они в нашем городе – не диаспора. Диаспору образуют выходцы из других государств. Говорить о “кавказской диаспоре в Москве” – все равно, что о питерской или воронежской. Приезжие с юга страны говорят по-русски. Воспитаны в общем с нами культурном пространстве, учились в школе по той же самой учебной программе... Так что, если думать о будущем, то стратегическая задача состоит не в том, чтобы на митингах стращать приезжих и на каждом шагу внушать им: вы чужие, и тем самым превращать их во врагов. А в том, чтобы обеспечить мягкую интеграцию в городское сообщество...» (Л. Млечин. МК. 08.11.2011.). Об экономических выгодах от миграции для россиян говорят и правозащитники: «... “Экономические” идеи националистов сводятся, по сути, к одному – изгнанию из России мигрантов-“инородцев”. Но ведь в этом случае Москва, например, потеряет четверть общественного транспорта, половину строек и зарастет мусором. Горе-теоретики “не знают”, что на каждый заработанный работником-мигрантом доллар в бюджет нашей страны поступает до шести долларов» (МБПЧ. 15.11.2011)⁵. А ведь и в самом деле этого не знают! И не только не знают

«горе-теоретики», но не знают и не чувствуют этого все другие москвичи и граждане столицы! И, если это на самом деле так, то это – большое упущение наших экономистов и идеологов. Разве не они должны просвещать и показывать населению реальный вклад мигрантов в российскую жизнь, противопоставлять необоснованным лозунгам экстремистов убедительные и достоверные сведения и аргументы?!

В чем еще московские СМИ обвиняют мигрантов, каковы их «грехи» в общественном сознании? – Идея о так называемых «их грехах» на протяжении двух последних десятилетий продолжает в СМИ расширяться (также, как и в реальности). Несмотря на многочисленные препоны, приезжие (мигранты – гастарбайтеры – понаехавшие) разными способами устраиваются в Москве, приживаются здесь и создают сообщества, которые живут и по своим и по некоторым московским правилам и привычкам. Порой, и уже не так редко, москвичей даже не допускают в некоторые сферы жизни новых этнических сообществ Москвы – в профессиональные и бизнес-группы, закрытые клубы, в некоторые сегменты общественного питания, в торговлю отдельными товарами, в этнически укомплектованные (иногда – мусульманские) больницы и поликлиники, на отдельные участки на кладбищах... Все это наводит журналистов и наблюдателей на мысли не только о том, что население Москвы теперь официально делится на этнонациональные сообщества, но и о дискриминации самих москвичей на «своей» территории.

Итак, полиэтничная инфраструктура в Москве расширяется. По словам журналистов, в городе создается «замкнутый малый социум внутри большого». Этот факт зримо подтверждается в реальности. И освещение его в столичных СМИ – это одна из пока малозаметных, но все же видимых тенденций. Она стала заметной еще в 90-х годах прошлого столетия, о чем мы писали в своих работах (Малькова 2004б). Но теперь эта информационная тематика становится более насыщенной. Многие каналы СМИ в разных формах, и нередко вполне доброжелательно, сообщают о некоторых, окрашенных этническими красками, культурных явлениях в городе: «Справочная для мусульман: 1,5 месяца работает справочная, организованная Фондом поддержки ритуальных традиций и духовным управлением мусульман ...Звонки о знакомствах со своими, об образовании и кредитах для мусульман на него, о мусульманских праздниках...» (<http://www.metronews.ru> 14.10.2011); «Конкурс “Мисс-землячка” организован Ассоциацией землячеств. Уже зарегистрировались 117 девушек из разных регионов России и зарубежья. Москвички могут зарегистрироваться, но в финал они не пройдут...» (Приезжие красотки покоряют Москву); «Гостиницы для приезжих: Это могут быть гостиницы для длительного проживания, общежития и доходные дома экономкласса... Конечно, это будет жилье с уменьшенными социальными нормами. Но это все равно лучше, чем те условия, в которых мигранты живут сейчас. ...Площадками для таких объектов могут быть промзоны. В сложившихся жилых кварталах слишком велики ксенофобские настроения, мигранты там не приживутся» (Москва построит дома для мигрантов. МК. 29.11.2011); «Как выяснилось, в одном из выселенных домов живут в основном киргизы, и работают очень многие из них в общепите и даже поварами... Причем, работают без санитарных книжек. Нетрудно догадаться – чем это чревато. ...В усадьбе Волконских была устроена ночлежка для 400 человек мигрантов. И таких ночлежек в Москве немало. Одна из них – как раз бывшее консерваторское общежитие» (Есть ли жизнь в нежилом фонде? МК. 24.06.2011); Милиция-полиция для них: «В участковые идут брать людей той национальности, с представителями которой им предстоит

общаться» (Признак «опера». РГ. 14.11.2011); «В России запустили интернет-портал для мигрантов на азербайджанском, чеченском, таджикском, киргизском и др. языках, а также – с русской версией. Его открыло “РИА-Новости”. В нем предполагается предоставление информации о вакансиях для мигрантов и другие справочные материалы для них» (<http://yandex.ru>). Большинство этих и многих других мер, связанных с организацией жизни приезжих в Москве, частично – инициатива самих предприимчивых этнических функционеров, частично – часть заботы городских властей по созданию для них нормальных условий жизни. И эти факты еще раз показывают, что постепенно в московской жизни многие вопросы «притирания» и совместного проживания многокультурного населения решаются как на уровне самостоятельности, так и на уровне руководства города. Речь идет, конечно, только о законопослушных гражданах, которые живут спокойно и честно трудятся. Но и здесь есть свои проблемные узлы.

«Они не платят налоги» – этот упрек неоднократно озвучивается в прессе. Действительно, существует и такая финансовая проблема. О ней газеты стали писать несколько реже, чем в предыдущие годы. Если раньше журналист не оставлял мысль о том, что город несет большие издержки из-за общежитий и гостиниц, предоставляемых приезжим, из-за огромных сумм, выплачиваемых им «по-черному» московскими работодателями, из-за того, что львиную долю своих заработков они отсылают к себе на родину, где на них живут не только их семьи, но которые составляют значительную часть бюджета этих стран, то спустя некоторое время внимание авторов подобных публикаций сосредоточивается на других вопросах. В частности, на том, как легально обустроить мигрантов в России и заставить их платить налоги в местный бюджет. Журналисты в этот период обращали внимание на вопрос о том, как помочь легальным мигрантам заработать на свои пенсии уже в России. Конечно, при этом определенная нагрузка падет и на плечи российских работодателей. *«С 1 января 2012 года Россию ждут очередные изменения в порядке уплаты страховых взносов в государственные социальные фонды. А именно – Пенсионный, Фонд соцстрахования и Фонд обязательного медицинского страхования... Теперь страховые взносы придется вносить и за сотрудников, которые не имеют российского гражданства и зарегистрированы на территории РФ как временно пребывающие»* (За «гостей» придется платить. АН. 14.12.2011). Как видим, уже в самом заголовке заметки содержится оттенок некоторой конфликтности. В этой связи встал вопрос и о том, нужно ли позволять мигрантам привозить сюда свои семьи? Дискуссии ведутся по этому поводу в разных СМИ, и мнения тоже разные: *«Семья иностранного рабочего должна оставаться на родине, куда приезжие могут ездить примерно раз в полгода и отсылать туда заработанные деньги»*. Но оппоненты видят и в этом угрозу принимающему сообществу: *«Если запретить мигрантам привозить в Россию свои семьи, это усилит половой дисбаланс населения: попросту говоря, к нам будет приезжать огромное количество молодых мужчин, лишенных женского общества, что неминуемо накалит криминальную обстановку»* (Нужны ли России семьи мигрантов? REGIONS.RU. 07.09.2011).

«Они мешают школьному образованию наших детей». Как известно, в постсоветские годы проблема отечественного образования в нашей стране очень обострилась. Уходят прежние учителя, меняются образовательные программы и стандарты, появляются разнообразные учебники по одному и тому же предмету, представляющие порой взаимоисключающие факты и идеи. Протестов по этим и другим

подобным поводам в наших СМИ немало. Но в этой сфере появились и другие острейшие вопросы, игнорировать которые московское сообщество тоже не может, каким бы толерантным оно ни было. В нижеприведенных отрывках из публикаций исследуемого периода мы приводим некоторые мнения, на которые нельзя не обратить внимание: *«В Совете Федерации прошел круглый стол по вопросам социализации детей мигрантов. Участники “круглого стола” отметили, что ситуация критическая. В столице имеются школы, где число детей, приехавших из других государств и не владеющих русским языком, составляет до 70%. Между местными учениками и приезжими часто вспыхивают конфликты. Родители возмущаются происходящим и пытаются устроить детей в школы, где меньше чужаков. Трудовые мигранты не хотят жить по законам страны пребывания, не желают адаптироваться к её культуре, изучать русский язык. Они замкнуты и не стремятся к ассимиляции»* (REGIONS.RU. 07.09.2011); *«В столичных школах все больше детей, не говорящих по-русски. Такие тревожные данные приводит комиссия по делам национальностей общественного совета при правительстве Москвы. В частности, сигналы поступают из школ ЮАО, ВАО и ЮВАО. Теперь члены Совета собираются лично проверить некоторые учебные заведения... Дети внутренних мигрантов, приезжающие из отдельных районов России, сталкиваются с проблемами уже в начальной школе. А даже если в классе одна четверть детей не говорит или плохо говорит по-русски, эта четверть опускает и задерживает программу обучения и для москвичей. Это проблема... Билингвисты, конечно, стопорят весь класс, они отстают по программе. В системе общеобразовательной школы дополнительные занятия – это затратно по времени, ведь преподаватель идет по программе»* (Столичные школы столкнулись с проблемой билингвизма)⁶. Московским властям приходится признать, что распиаренная еще в 1990-х годах идея этнокультурного образования в школах города себя не во всем оправдывает. Возможно, она годится для включения в школьный процесс меньших групп приезжих детей. Но принимать в массовом масштабе приехавших в русскоязычный город неподготовленных «билингвов» (!) и обучать их на русском языке тому, чему учат столичных школьников, оказывается неэффективным и даже в большинстве случаев вредным для самих москвичей процессом.

«...Некоторые школы с этнокультурным компонентом не справляются с задачей по интеграции детей мигрантов в культуру Москвы», – сообщил журналистам И. Калина, бывший в то время главой столичного департамента образования. Он отметил, что школы с этнокультурным компонентом изначально создавались как «способ постепенной адаптации людей определенной культуры в культуру Москвы. Но, к сожалению, не всем школам удалось справиться с этой задачей. В некоторых школах появилось некое ограждение детей определенной культуры от культуры города Москвы». Чиновник сказал, что с педагогическими коллективами этих школ ведется работа, ставится задача «аккуратной помощи приехавшим детям в интеграции» (РИА Новости. 24.08.2011). В СМИ можно найти и ряд предложений о смягчении этой острой ситуации с обучением.

Например: *«Можно записать в наше законодательство, на каких условиях должны обучаться в российских школах дети мигрантов, не являющиеся гражданами РФ»*. Но сам автор этого предложения понимает, что *«это было бы откровенно дискриминационной мерой, которая привела бы к жесткой критике нашей страны из-за рубежа и появлению недружественно настроенных к нам людей»* (<http://www.regions.ru/news/2011.07.09>). Московские чиновники видят выход *«в формировании у*

жителей города терпеливого отношения к приехавшим, а у приехавших – уважительного отношения к культуре города, в который они приехали». Но формирование терпимости и уважительного отношения, как известно, происходит не быстро. Поэтому проблема неудовлетворительного школьного образования еще много лет будет подливать масла в огонь напряженных межэтнических отношений в Московском регионе. И надо подчеркнуть, что этот социальный эксперимент может серьезно отразиться на нашем молодом поколении.

«Они недостаточно квалифицированные специалисты» – и эта проблема стала в последнее время беспокоить общественное сознание. Претензий к «понаехавшим» немало не только у московских журналистов, акцентирующих их по-своему, но и у всех слоев московского населения. Время от времени это недовольство обращается в сторону многих профессий – строителей, ремонтников, продавцов и в сторону здравоохранения. Речь идет как о многочисленных болезнях, реально или мифически привозимых мигрантами в российскую столицу, об их платном и бесплатном лечении московскими больницами и о заметных трудностях для москвичей в этой связи, так и о самих «понаехавших» медицинских «специалистах», которые легально и нелегально устраиваются на работу в московские больницы и поликлиники. *«Дешевая рабочая сила из Средней Азии востребована не только в строительстве, но и в российской медицине... Скандалы с врачами-гастарбайтерами... Клиники, не имеющие ни лицензии Минздрава, ни регистрации в налоговой инспекции... Сложные операции проводили нелегалы из Киргизии, Узбекистана и Таджикистана, не имеющие дипломов врача даже советского образца... Укомплектованные гастарбайтерами чудо-клиники заняли на рынке нишу, которую много лет не может освоить государственная медицина ... А что делать, если русских на эти зарплаты не найти?»* (Доктор Джамшуд. АН. 08.12.2011).

И опять, даже только заголовки публикаций показывают довольно удручающую картину, с которой многие москвичи (в том числе и автор данного исследования) сталкивались не раз и в реальности. Перед москвичами мелькают заголовки: *Каждый десятый московский больной является мигрантом; Мигрантов становится все больше, что вызывает угрозу распространения болезней среди местных жителей* (REGIONS.RU. 07.09.2011); *Доктор Джамшуд* (АН. 08.12.2011) и др. В СМИ неоднократно звучат предупреждения москвичам: *«Среди нас, особенно в общественном транспорте, очень много нездоровых приезжих людей, которые могут заразить (туберкулез, СПИД и прочее)»*. Звучат призывы московских медиков: *«Сообщайте о подозрительных лицах! Осторожнее беритесь за поручни, в том числе и в больших магазинах, где остается грязь на ручках тележек, на деньгах!»*... Как заявил зам. руководителя департамента здравоохранения мэрии А. Корсунский, каждый десятый московский больной является мигрантом. Акушерской помощью, по словам чиновника, пользуется 25% иностранцев, и лечить заболевших приходится за бюджетные деньги (АН. 08.12.2011). Газеты сообщают москвичам, что в ближайшем будущем *«гастарбайтеры смогут бесплатно лечиться в России. В Минтруде уже подготовлен законопроект... В трудовой договор станут включать пункт о медобеспечении заморского труженика»* (Гастарбайтеров в России застрахуют от хворей. МК. 13.11.2012). Радуют ли такие законопроекты обычных москвичей? – вопрос остается открытым.

Но к самим мигрантам тоже применяют некоторые меры. Так, по сообщениям прессы, к весне 2012 г. столичные власти были намерены совместно с МВД России

по Москве подготовить предложение о введении обязательной процедуры дактилоскопирования для иностранцев и лиц без гражданства, получающих разрешение на работу в столице. Мэрия планировала также устраивать проверки подлинности медицинских справок о состоянии здоровья мигрантов, приезжающих в Москву для устройства на работу. Интересно, что обвинения таджиков и других приезжих в способности заражения москвичей СПИДом и туберкулезом часть московских медиков считают несостоятельными: *«Помнится, немцы обвиняли евреев в том, что они – переносчики чумы, русских – в том, что они распространители вшей, у цыган, якобы, была наследственная склонность к воровству... Но цивилизованный мир стал за последние 70 лет другим»* (Гастарбайтер под надзором. Здоровью москвичей мигранты не угроза. АиФ. 2011. № 47). Но запуганные москвичи уже вряд ли верят этим словам. И другие публикации столичных СМИ также убеждают москвичей в обратном. По данным газеты «Московский комсомолец», *«среди зарегистрированных в Москве носителей ВИЧ-инфекции на 1 октября 2012 года более 40% – приезжие и лица божьих»*. Уделив этой проблеме целую страницу, дополнив текст диаграммами и иллюстрациями, журналисты замечают: *«В последнее время ВИЧ-инфекцию все чаще выявляют среди мигрантов случайно, когда они заболевают чем-то достаточно серьезным... И в этой ситуации, жертвуя своим здоровьем, а то – и жизнью, большинство приезжих предпочитают сбежать... Вот и получается, что эти люди становятся не только разносчиками СПИДа, но еще и туберкулеза, который часто сопутствует нелеченной ВИЧ-инфекции»* (ВИЧ и мигранты: лечить нельзя! Депортировать! МК. 26.11.2012).

Еще одна трудная и растущая проблема, которая становится также довольно заметной для Москвы и москвичей, – это появление в столичном регионе (и в других областях России) большого количества **женщин-мигранток**. И это явление в современной Москве относительно новое. По данным организации «Миграция и закон», *«до 40% московских гастарбайтеров составляют женщины, вынужденные работать ради поддержки стариков, детей или инвалидов-мужей»*. Эксперты утверждают, что в дальнейшем эта тенденция будет нарастать. Однако самой большой проблемой женщин-гастарбайтеров остаются дети. *«Помимо того, что женщинам очень трудно получить в Москве помощь во время беременности и родов, хозяева квартир отказываются сдавать комнаты женщине с ребенком, а работодатель, узнав о беременности подчиненной, обычно расторгает с ней трудовой контракт. Так что женщинам приходится попросту отказываться от детей»*. Журналисты отмечают, что некоторую помощь мигранткам оказывает фонд «Найди меня, мама». Члены фонда помогают им получить работу, связаться с родственниками и получить жилье в социальных гостиницах. Эксперты предлагают столице составить специальные программы о помощи женщинам-мигранткам, поскольку их число в регионе будет увеличиваться (REGIONS.RU. 31.08.2011).

Проблем, как видим, множество. Большинство из них требуют не только толерантности и лояльности по отношению к приезжим, но и немалых финансовых затрат, которые ложатся на плечи московских налогоплательщиков. И московская пресса неоднократно напоминает о том, что городской бюджет – не резиновый (Московский бюджет ждет режим экономии. МК. 27.09.2012). Подогреваемые и по этому поводу городскими и российскими СМИ страсти могут усилить неприязнь к массам больных и слабых мигрантов, в том числе и к женщинам, которые просят подаяния на дорогах, в подземных переходах, в метро.

Этнический криминал. Этнический криминал – это довольно острая тема и в жизни, и для СМИ. В течение двух последних десятилетий она не уходит из информационного пространства. Хотя время от времени представители властей замечают, что такой проблемы в Москве почти не существует, что ее намеренно раздувают журналисты. Еще один довод оппонентов – нет чисто этнических группировок, в них обязательно включены представители других этнических групп. Но все это не может убедить людей в отсутствии в российской столице «этнического» криминала. Конечно, это название условно, это просто устойчивое словосочетание. Возможно, вместо него можно было бы употреблять выражение «*мигрантский криминал*».

Но в прессе и в Интернете каждый читатель или пользователь видит большое количество обвинительной информации, касающейся представителей определенных групп. И эту информацию уже нельзя не замечать: «*В Москве в первом полугодии 2011 г. доля преступлений, совершенных нелегальными мигрантами, составила 48,1%. Как сообщили в Пресс-службе Главного управления МВД России по Москве, приезжие за первые 6 месяцев 2011 г. совершили 13 тысяч 203 преступления*» (МВД; Мигранты-нелегалы совершили половину всех преступлений. 08.10.2011. <https://www.rbc.ru/society>). И в самом деле, заголовки публикаций говорят сами за себя: *Половина насильников в Москве – мигранты* (Lenta.ru. 07.20.2011); *В Москве нашли поселок нелегальных мигрантов* (Новая политика. 06.03.2011. <https://novopol.ru>); *Мигранты возвращают Москву в каменный век* (Русский обозреватель. <https://rus-obr.ru>); *Мигранты переделывают Москву на свой лад* (kp.ru/ daily/25734/); *Трудовые мигранты в Москве – «второе общество»* (demoscope.ru/ weekly/). Преступления мигрантов, судя по публикациям в СМИ, весьма разнообразны: от нарушений паспортного режима – до дерзких грабежей и убийств. «*Четверть всех преступлений в Подмоскovie совершается приезжими из стран ближнего и дальнего зарубежья, сообщил глава ГУ МВД по Московской области Н. Головкин*» (<http://www.ria.ru/mosobl/20111113/>); «*Если еще недавно трудяги из-за рубежа или провинции старались оставаться в тени, то в последнее время все чаще можно услышать рассказы о том, как группы приезжих пристают к прохожим, а порой и задирают припозднившихся пешеходов. В случае роста национальной напряженности получается весьма взрывоопасный коктейль*» (Труд 7. 16.06.2011); «*Все три конфликта так или иначе были связаны с гостями столицы... между тремя мужчинами кавказской наружности и гостем столицы из Кабардино-Балкарии... молодые ребята славянской внешности*» (МК. 12.11.2012); «*В подмосковной деревне из трех улиц живут 20 тысяч гастарбайтеров. Как избавиться от подобных “городков”? О подмосковной деревне, которую “окупили” чужеземцы, журналистам рассказал начальник ГУ МВД России по Московской области Н. Головкин*» (КП. 15.12.2011); «*Официальная статистика уже расследованных дел говорит, что на совести приезжих 49% всего криминала в городе, – заявил газете “Труд 7” начальник ГУВД по городу Москве В. Колокольцев, – Но с учетом большой степени латентности подобных случаев, сложности их раскрытия, я могу предположить, что иногородние совершают примерно 70% всех уголовно наказуемых деяний в столице. Часто иностранец или россиянин из другого региона после преступления возвращается на родину, что крайне усложняет его поиски*»; «*Если брать статистику по преступлениям, совершенным иностранными гражданами из ближнего зарубежья, то их общее число за прошлый год составило более 16 тысяч. Лидируют в криминальной гонке приезжие из Узбеки-*

стана и Таджикистана. Чаще всего иностранцы из соседних государств попадают на кражах, подделке документов, грабежах, разбоях и наркотиках. Однако руководство столичной полиции крайне озабочено и значительным ростом изнасилований, совершенных гастарбайтерами» (Труд 7. 16.06.2011); Гость «стреляющей свадьбы» признал вину (МК. 3.11.2012); В Москве накрыли мафию рабовладельцев (МК. 14.11.2012); Задержан таксист-нелегал... уроженец Азербайджана... (МК. 17.11.2012); «Если так будет продолжаться и дальше, то московской полиции придется вводить принудительный досмотр молодых людей и излюбленных мест их времяпрепровождения. Если молодые члены этого “интернационала” возьмут в привычку решать все вопросы с помощью кулаков и оружия, мегаполису грозит серьезный всплеск молодежной преступности, а она в Москве, как известно, и без того процветает» (РГ. 23.08.2011). В СМИ прошло сообщение, что новую методику предупреждения преступности разрабатывают и уже начинают применять в Подмоскowie (Сайт Правительства РФ. 2011.11.11). Видимо, и москвичи скоро увидят ее плоды.



Публикации газет о мигрантах (фото автора)

Разные культуры, обычаи, одежда

«Россияне – хоть и жители одной страны, но все разные. И нужно понимать отличия. Если человек мусульманин и поэтому отказывается работать в пятницу, но готов в субботу или в воскресенье, пусть работает в воскресенье. Если зашел в дом к мусульманину, надо снять обувь. А если зашел в русский храм – надо снять шапку или надеть юбку. Такой ликбез в нашей стране необходим и для тех, кто уезжает, и для тех, в чей регион едут...» (Тишков 2011).

И в самом деле, в сложившемся на сегодня московском конгломерате постепенно перемешиваются множество культур, языков, особенностей быта, привычек и представлений о хорошем и плохом. Большинство из этого разнообразия вполне лояльно переносится «коренным» или принимающим населением, которое или толерантно, или равнодушно, но нередко и враждебно смотрит на все увеличивающееся многообразие. Но порой некоторые особенности в жизни приезжих вызывают у москвичей явное и открытое неприятие. Например, большие споры в СМИ и в обществе вызывает в последние годы вопрос: нужно ли в Москве запрещать публичные религиозные обряды и ношение хиджаба и паранджи?

Хиджаб, никаб, паранджа – эти элементы непривычной для большинства москвичей женской одежды на улицах российской столицы сразу же бросаются в глаза и привлекают внимание. Для жителей столичного города – это экзотический, интересный предмет, служащий маркером не нашей, чужой культуры (и религии). Возможно, на эти элементы одежды обращали бы меньше внимания, если бы они были

единичными в общем-то в европейском городе. Но в последние годы женщины в таких нарядах стали нередко встречаться в уличной толпе и на транспорте. Подчеркнем, что в данной ситуации московских обывателей волнуют не просто «чужие» наряды. Ведь хиджаб, никаб и паранджа – это не только традиционные элементы женской мусульманской одежды. В определенных случаях в европейском мегаполисе это означает больше, чем просто одежда. Это – покрывало, в одних случаях просто закрывающее волосы и верхнюю часть тела (хиджаб), в других – оно закрывает голову и лицо, оставляя лишь прорезь для глаз (никаб) и в третьих – закрывает голову и всю фигуру (паранджа), служит **символом** принадлежности надевшей его женщины к иному сообществу. Эти платки и накидки не только «отгораживают» саму женщину от улицы и случайных мужских взглядов, но в большинстве случаев служат элементом демонстрации ее инаковости в данном обществе. Как известно, несколько лет назад именно в таких нарядах (в основном в хиджабах и никабах) приезжали в столицу женщины-смертницы или террористки («шахидки»), о которых много и эмоционально писали в российской прессе, и именно в таких одеждах публиковали их фотографии. Вот почему москвичи, потрясенные известными трагическими событиями (массовый захват и гибель заложников на Дубровке, теракты в московском метро и в других местах), до сих пор опасаются женщин в хиджабах, никабах и парандже. И СМИ время от времени поддерживают у населения этот страх и опасения новых терактов.

Журналистов, как и обычных москвичей, конечно же, беспокоят эти вопросы, что, в свою очередь, повышает тревожность в обществе. А увеличение количества подобных примеров при общей тревожности у современных москвичей может привести в отдельных случаях к заметному усилению напряженности в обществе. *«Женщин в хиджабах и длинной национальной одежде на улицах Москвы все больше и больше. Так и до никабов рукой подать... Законы, по которым женщинам в присутственных местах, а также в общественном транспорте не разрешается прятать лицо под паранджой или никабом, уже приняты во Франции и Бельгии. А в Италии, Нидерландах и Швейцарии обсуждают подобный проект закона в парламентах»,* – пишут журналисты (Поставнин В. Москвичка, не прячь личико! АН. 2011. № 47). По этому поводу в московской среде, как и в других европейских странах, разгораются дискуссии. Журналисты, понимая, что вопрос об одежде заслуживает большего внимания, чем просто обсуждение тенденций в мире моды, спрашивают экспертов – чиновников, ученых и обычных людей об их отношении к этой проблеме. Мнения оказываются самыми разными: *«Французы долго искали аргументы для запрещения ношения хиджаба. В итоге заявили, что подобная одежда противоречит традициям свободы личности. Православные веками жили мирно бок о бок с мусульманами. Однако в последние годы ситуация изменилась благодаря возрастающему наплыву приезжих из бывших советских республик с практически средневековым менталитетом»; «Носить что-то можно, если это не противоречит принятым нормам. Хиджабы традиционно повязывают жители кавказских республик, что не вызывает раздражения у нормальных людей и в Москве»* (Там же). Эта, казалось бы, не очень серьезная на первый взгляд проблема, тем не менее, волнующая общественность, должна быть обсуждена и у нас на экспертном уровне, причем, в Москве должен быть использован и зарубежный опыт ее решения. В особенно тревожные обще-

ственные периоды (чтобы не возбуждать страсти) можно было бы проводить разъяснительную работу с «носителницами» таких одежд через руководство этнических общин в городе.

Религиозные праздники и обряды. В данном случае речь идет о мусульманских праздниках Курбан-Байрам и в меньшей степени – Ураза-Байрам. А религиозными обрядами, серьезно тревожащими московское сообщество и даже вызывающими протест многих москвичей, в том числе и СМИ, конечно же, называются жертвоприношения. Как показывают события последних лет, мусульманский праздник Курбан-Байрам, отмечаемый в сегодняшней европеизированной Москве, вызывает у москвичей очень неоднозначную реакцию. Он связан с массовыми представлениями горожан об автомобильных пробках и столпотворениях на улицах и площадях, где проходят церемонии. Об этом красочно в течение последних десятилетий пишут и говорят в СМИ. Говорят о жертвоприношениях на глазах у прохожих, о собраниях огромных толп людей с «непривычными и чужими» лицами. Такие московские реалии тревожат людей, тревожат руководство города и, конечно, журналистов. В дни праздника многие каналы СМИ переполняются фотографиями с тысячами молящихся людей (преимущественно молодыми мужчинами), в любую погоду стоящими на коленях на площадях и улицах светской Москвы. Они перекрывают улицы, площади, мешают прохожим в метро и прилегающих пространствах. В 2011 г. в праздновании Курбан-Байрама в Москве, по сообщениям прессы, приняли участие более 170 тыс. человек (<http://www.gazeta.ru/news/lenta/>). Учитывая многочисленные протесты горожан и нарастающее их недовольство, городские власти еще в прошлые годы стали принимать специальные меры, чтобы восстановить в городе порядок. Еще в 2010 г. было запрещено резать баранов в городе. Некоторые СМИ посчитали, что, благодаря усилиям властей и своевременному вмешательству духовных управлений мусульман, проблема уже потеряла былую остроту (Приношение без жертв. АН. 2011. № 6). Однако позже сообщили, что этот вопрос все еще не решен, поскольку в Мосгордуме обсуждается проект федерального закона о мусульманском обряде, который в народе получил название «закон против резанья баранов». Документ был направлен на запрет жестокого обращения с животными в публичных местах (Большое меньшинство. АН. 14.12.2011).

И другие издания подтверждали, что вопрос этот до конца не решен и надеются на его более эффективное рассмотрение. «Московские слуги народа» отмечали в СМИ, что обращения от москвичей, возмущенных некоторыми религиозными обрядами, в том числе, с принесением в жертву животных, в Думу поступают сотнями. Их федеральные коллеги в пояснительной записке к закону писали, что *«ритуальные жертвоприношения животных в местах, не предназначенных для этого, нарушают санитарию и негативно сказываются на психике и здоровье детей и взрослых»* (МК. 29.11.2011). Однако некоторые аналитики сочли, что необходимость принятия «закона о баранах» сомнительна. И вовсе не потому, что резать их на глазах у москвичей – нормальное поведение. А потому, что для таких запретов новый закон не требуется. В 2012 г. мэр Москвы С. Собянин распорядился, чтобы в публичных местах подобные обряды не проводились, и это сработало, но не совсем. В 2012 г., спустя месяц после проведения мусульманского праздника, московские СМИ все еще не могут закрыть эту тему: *«Одна из скотобоен выполняла крупный заказ на Курбан-Байрам (25–26 октября) и наняла подрядчиков для вывоза отходов, которые были брошены на дороге»* (МК. 17.11.2012). Тем не менее в Госдуме решили посвятить данной

теме целый закон. Но без согласия Москвы его не примут, – считает журналист популярной газеты «Аргументы недели», – так как проблема актуальна именно в столице (АН. 14.12.2011).



Курбан-Байрам на улицах Москвы, 2012 г. (<http://nikolas11.livejournal.com/12702html>)

Иногда журналисты, желающие быть «объективными», рассказывая о протестах москвичей в адрес мусульманских ритуальных жертвоприношений в их городе, напоминали и о некоторых православных обычаях, соблюдаемых в Москве. Но можно ли с этим согласиться? В настоящее время (начало XXI века) это представляется несколько неправомерным и даже несправедливым. Ведь Москва – изначально и до сих пор – в основном город православный, и более того, она – на протяжении многовековой истории – столица государства, где православное население составляет большинство. Поэтому этот щепетильный вопрос вряд ли может рассматриваться настолько прямолинейно и публично, чтобы сталкивать представителей разных вероисповеданий.

Но не только ситуация с жертвоприношениями стала предметом дискуссий москвичей и их думских представителей. Возмущают людей не только бараны и обращение с ними в центре российской столицы. Их волнует массовое скопление мусульман на проспекте Мира в связи с праздником Курбан-байрам. Как сообщили «Аргументам Недели» в Комиссии Мосгордумы по взаимодействию с общественными и религиозными организациями, в 2009–2010 гг. количество мусульман «в нужное время в нужном месте составило от 55 до 70 тыс. человек, а в текущем – от 80 до 100 тысяч. Общее количество магометан в Москве – около 2 млн, поэтому численность сборов на Курбан-байрам еще очень щадящая» (АН. 14.12.2011). Журналисты подчеркивают, что «мечетей в Москве немного: четыре общедоступных и одна при иранском посольстве, только для сотрудников (по другим данным, 6 – В.М.). Вместимость их невелика – от 500 до 1 тыс. человек. Но ситуация усугубляется стремлением мусульман собираться в одном месте, из-за чего три общедоступные мечети не заполняются» (АН. 14.12.2011). Некоторые СМИ прямо говорят «о политической подоплеке мусульманских праздников», о том, что такие сборы напоминают «демонстрации своего присутствия на данной территории». Все это, несомненно, создает напряженность в обществе.

«Корреспонденты “МК” прибыли к мечети на проспекте Мира в 7.30 утра, и, как оказалось, недостаточно рано. Наиболее истово верующие дежурили здесь с половины четвертого. В половине восьмого пробиться к соборной мечети было уже невозможно. На кольцевой станции метро “Проспект Мира” поперек вестибюля стояла шеренга омоновцев, которая пыталась хоть как-то упорядочить нескончаемый поток пассажиров. Наверху количество полицейских было большим в разы. Ну,

а мусульман было не просто много, кажется, все кругом были последователями ислама. Порядком осипший дружинник-мусульманин призывал единоверцев в мегафон не к намазу, а к организованности и порядку. Сюда же стеклись за милостыней нищие со всей Москвы (подавать на Уразу считается святым делом) и ловкие “бизнесмены”, которые продавали “молельные коврики” из кусков обоев по цене от 10 рублей. А на улице Гиляровского некий добрый молодец бесплатно раздавал сим-карты известного оператора мобильной связи. В памятке, приложенной к “симке”, особо подчеркивался выгодный тариф для разговоров с Таджикистаном» (МК. 31.08.2010).

Газеты и интернет-сайты в дни мусульманских праздников переполнены фотографиями толп молящихся. В московском информационном пространстве довольно явственно звучат идеи: *«проблему массовых сборов мусульман в одном месте нужно решать. ...В законе сказано: сборы не должны мешать общественному порядку, но что это значит – не уточняется. Поэтому вопрос о каждом конкретном сборе – политический. Проблема не только в том, что мусульмане стелют коврики и молятся на трамвайных путях. Но и в том, что москвичей пугает столь сильное стремление людей другой культуры к идентичности и единству внутри Москвы».* Однако в последнее время оппоненты этих мнений, в том числе и защитники религиозных меньшинств, по-своему реагировали на эти события. Они, в частности, отмечали, что к православным верующим также можно предъявить претензии в плане затруднения общественного движения. Так, немало нареканий вызвала недавняя многокилометровая очередь к поясу Богородицы. Как видим, здесь уже возникает и с помощью СМИ усугубляется противостояние между постоянными жителями города («хозяевами») и «понаехавшими» (гостями). В ответ на эти упреки звучали следующие доводы: для православных подобное мероприятие – исключение из правил, и обычно их массовые сборы проходят в выходные. Рождество – официальный выходной, а Пасха приходится на воскресенье. Для православных молитва в одном месте не имеет такого значения. И, к тому же, среди массы молящихся – преимущественно женщины и старики. А Курбан-байрам выпадает на пятницу, и среди молящихся мусульман – огромная энергетическая сила преимущественно молодых мужчин. Кроме того, пятница – это самый тяжелый день для автомобильной инфраструктуры Москвы. Мэрия готова предоставить места для новых мечетей, но имеет право потребовать от мусульман ответных шагов навстречу. В том числе – по поводу Курбан-байрама. И опять в СМИ звучит идея: *«цель массовых молитв мусульман в одном месте – не только религиозная, но и политическая, – так считают представители московской общественности, ведь главы мусульманских общин стремятся продемонстрировать Москве возможности своего влияния»* (Аргументы.ру. [http:// www.argumenti.ru/gorodm/](http://www.argumenti.ru/gorodm/)).

Довольно эмоционально в этой связи выступили в СМИ некоторые общественники. Примером может служить их Обращение к мэру Москвы С. Собянину по поводу предстоящего в то время празднования Курбан-байрама 22 сентября 2011 г.: *«Будучи неравнодушным гражданином России, с огромной тревогой я наблюдаю за тем, что происходит в российской столице, мэром которой Вы являетесь, в дни мусульманских праздников, когда улицы центральной части Москвы плотно заполняются представителями ислама. Совсем недавно, 30 августа 2011 года, очередной Ураза-байрам превратил российскую столицу в “Москвабад”. Представители мусульманского духовенства постоянно твердят нам, что вывод людей на улицы для*

молитв происходит из-за того, что существующих ныне мечетей в Москве не хватает и если бы строились новые, верующие рассредоточились бы по городу, а не скапливались гигантскими толпами в одних и тех же местах. ...Лукавость этих утверждений. Имея на выбор четыре мечети, десятки тысяч мусульман неизменно рвутся в Соборную у станции метро “Проспект Мира”, заполняя прилегающие улицы, создавая пробки, осаждая метро и мешая спешиацам на работу москвичам. По данным СМИ, из 90 тысяч мусульман, посетивших 30 августа 2011 года утренний намаз, 50 тысяч пришли именно в Соборную мечеть. В мечеть на Большой Татарской улице (станция метро “Новокузнецкая”) явилось всего 15 тысяч. Подобные действия со стороны мусульманских организаций не выглядят случайностью, они скорее похожи на спланированные акции. (Выделено мной. – В.М.). Тактика “асфальтовых молитв” активно используется мусульманами по всему миру. Подобным же образом в Париже они заполняют улицы центра города, съезжаясь по пятницам с окраин, хотя мечетей хватает во всех районах французской столицы. Такие акции мусульманских сообществ можно рассматривать как элемент давления на власти Москвы с целью демонстрации силы и требования строительства новых и новых мечетей, несмотря на то, что даже действующие мечети, за исключением двух праздников, пустуют оставшиеся 363 дня в году. Открытая демонстрация религиозных чувств мусульманами на улицах столицы нашей страны оскорбляет мои чувства, как немусульманина, и нарушает мои права на свободное передвижение в эти дни по Москве. Считаю, что представители любой конфессии могут выражать свои религиозные чувства и проводить праздники в пределах своих культовых зданий или в специально арендованных для этих целей помещениях, а не на улицах, которыми пользуются все» (<https://vseobislame.livejournal.com/126620.htm>).



Публикации газет о проведении Курбан-Байрама в 2012 г. (фото автора)

Масла в этот огонь подливали и другие материалы СМИ о событиях в регионах страны. *Курбан-Байрам останется выходным днем* – такое решение принял Верховный суд РФ (для Башкирии). Дело в том, что некоторое время назад Верховный суд Башкортостана признал праздники Курбан-Байрам и Ураза-Байрам рабочими днями незаконно. В результате Госсобрание РБ *собиралось потребовать от Госдумы обеспечить регионам РФ право на установление праздничных выходных дней*. Во время прямой линии В.В. Путину задали вопрос о мусульманских праздниках и скандальном решении Верховного суда. Вопрос был решен положительно (Курбан-Байрам останется выходным днем. МК. 22.12.2011). В 2012 г. Ураза-Байрам прошел в Москве без видимых эксцессов. Как подчеркивалось в прессе, этому способствовали

дисциплинированность самих верующих и в целом профессиональная работа стоявших в оцеплении полицейских. И погода – с мокрым снегом и ветром не способствовала долгому молению мусульман на мокрых улицах и площадях города. Но сможет ли столичная инфраструктура справиться с таким наплывом людей в будущем? – задаются вопросом наблюдатели. И как будет в дальнейшем воспринимать молитвы-демонстрации мусульман принимающее московское сообщество, сильно политизированное и раздраженное в последнее время этой и другими причинами?



Публикации московской прессы 2012 г. (фото автора)

Таким образом, очевидно, что религиозные праздники и традиции разных конфессий, а также некорректные сообщения о них в прессе могут создавать в Московском регионе и в стране серьезные трудности и трения между «понаехавшими» и принимающим сообществом. А СМИ, наблюдающие за ситуацией и информирующие о ней московское население, вносят свой не только позитивный, но и негативный вклад в развитие этих процессов.

Вопрос о строительстве культовых учреждений

Ансамбль религиозных сооружений на Поклонной горе в скором времени может пополниться буддийским храмом, – сообщает московская пресса (Будда обоснуется на Поклонной горе. МК. 09.11.2012). В самом деле, строительство культовых учреждений – это также немаловажный для любого современного российского города вопрос, а для российской столицы особенно. Наиболее остро обсуждается вопрос о строительстве в городе мечетей. Споры по этому поводу в информационном пространстве немало.

Одна сторона считает, что четыре-пять уже существующих в Москве мечетей и множества моельных домов вполне достаточно для приезжих и легально устроенных в Москве мусульман. Но, если в российскую столицу и дальше будут переезжать неучтенные массы последователей ислама из разных регионов, а Москва постепенно превратится в исламский город, тогда проблема решится сама собой. Сейчас же ее население пока еще преимущественно православное, несмотря на демонстрируемое по праздникам мощное присутствие в городе мусульман. Но в нем и сейчас вполне мирно могут уживаться последователи разных религий. Однако другая сторона считает, что если они уже поселились здесь, то должны иметь равные права со всеми другими гражданами города, и город обязан выделить им место для строительства своих новых культовых учреждений.

Для того, чтобы принять приемлемое решение, точных данных о количестве прихожан (и даже самих мечетей и молельных домов) ни руководство города, ни пресса, ни статистика не знают. «...Точно неизвестно, даже, сколько мусульман в столице России. По данным переписи 2002 года, в Москве проживают до 400 тыс. мусульман и до 8 млн христиан. Но 22 сентября 2009 года председатель Совета муфтиев России Равиль Гайнутдин заявил, что в Москве сейчас около 2 миллионов мусульман. Назывались и другие цифры – 4,5–5 миллионов. Статистические сложности возникают из-за того, что среди мусульман очень много нелегальных трудовых мигрантов, которые нигде не учтены. По данным социолога и историка религии, доцента Московского государственного лингвистического университета Р. Силантьева, в Москве 6 мечетей, работающих официально, и до сотни помещений, приспособленных под отправление мусульманского религиозного культа; христианские богослужения проводятся в 882 храмах и часовнях» (Москве пора повернуться лицом к Мекке? МК. 30.08.2011).



Москва мечетью прирастать будет...

(<http://smtp.al-azan.info/society/2010/11/28/8766>)

Реакция интернет-пользователей на строительство мечетей в Москве



Народный сход против строительства мечети в юго-восточном округе Москвы.

(<http://www.diary.ru/t-an0n1m/?tag=657>)

Пресса активно обсуждала этот актуальный градостроительный, этнопсихологический и во многом этнополитический вопрос. «Без строительства новых просторных мечетей столица обречена на “мусульманские” пробки, – замечает «Московский комсомолец» и продолжает – Во вторник в Москве, как и во всем мире, мусульмане отмечали праздник Ураза-Байрам. По разным данным, к столичным мечетям пришло от 75 до 90 тысяч верующих. Как и в прошлые годы, во время праздничных мусульманских богослужений нельзя было пройти и проехать по улицам, прилегающим к соборной мечети, а турникеты в метро на станции “Проспект Мира” пассажирам приходилось брать штурмом. Как и в прошлые годы, религиозный праздник стал испытанием для ряда городских служб – от правоохранительных до коммунальных. Ураза-Байрам-2011 еще раз подтвердил: Москва год за годом наступает на те же грабли, а проблемы как правоверных, так и других москвичей никто не решает» (МК. 31.08.2011).

Строить или не строить новые мечети на территории Москвы – вопрос и в самом деле нелегкий. Но в некоторых случаях он уже решен. Об этом, в частности, сообщает тот же МК в двусмысленно названной публикации «Луч света в центре Москвы. Московская Соборная мечеть вернется к прихожанам в обновленном виде». Ее автор, Э. Якубов, с гордостью пишет: «Мечети, подобной той, что появится в Выползовом

переулке, Россия еще не видела. ...Новая мечеть вместит для молитвы более 5 тыс. прихожан. А по большим праздникам мечеть и прилегающая к ней площадь вместят не менее 15 тыс. человек. Существенное увеличение вместимости Соборной мечети частично снимет напряженность, связанную со значительной нехваткой в Москве мест для молящихся. Комфорт, красота и безопасность...Символ единства и равновесия. ...К концу 2013 г. мечеть будет достроена... Туда будут возобновлены экскурсии, будут звучать призывы к миру, согласию, любви к Родине...» (МК. 01.11.2011).

Увы! Не только призывы к миру и согласию могут раздаваться в мечетях. В ноябре 2012 г. столицу взволновали сообщения о том, что *...террористическая организация вербовала своих сторонников в московских мечетях.... Выходцы из Средней Азии и Северного Кавказа обращались к мусульманам в московских мечетях и модельных домах с призывами «к свержению конституционного строя России и организации в европейской части РФ исламского государства – халифат»* (МК. 17.11.2012).

Обеспокоенные и раздраженные непониманием и своими трудностями москвичи задаются вопросами, которые за них озвучивают в СМИ журналисты: *«...Хочу спросить отцов моего родного города: на фига нам столько приезжих в Москве? Я понимаю, что достойной работы у них по месту жительства нет. Сожалею. Ясно и то, что все они обогащают городскую казну и бизнес: налоги, растущий товарооборот и т.д. Но моя-то в чем выгода? Перспективы на улучшение жилья только ухудшаются, ...очереди в детские сады и школы, ...переполненные поликлиники и больницы...транспорт... Зачем нам столько этих “понаехавших”? В чем их уникальность и необходимость городу? Это перенасыщенный человеческий раствор, где перемешаны все расы и т.д. Иммигранты за год совершили 8500 преступлений. У нас что, нет своих отморожков, нам нужно завозить их из других регионов? Весь город поделен между диаспорами, соседями и свояками. Ну, а мы на этом празднике жизни, похоже, лишние»* (Березина Е. Да здравствует лимита! МК. 09.11.2012).

Оправдывая создавшуюся ситуацию, чиновники пытаются успокаивать население также с помощью СМИ. Директор ФМС К. Ромодановский (указом Президента РФ ФМС была упразднена 5 апреля 2016 г. – В.М.) разъяснял москвичам, что *«...В правительстве готовится проект, запрещающий въезд в Россию мигрантам, нарушившим срок пребывания... Мы избавимся от тех, кто не работает, кто создает проблемы, кто вызывает справедливую реакцию нашего населения. ... Но суть проблемы не в волне миграции после распада СССР, а в том, что гастарбайтеры в России – это надолго. А потому нужно не отмахиваться, надеясь, что ситуация сама рассосется, а всерьез наводить в этой сфере порядок»* (Мигрантам поставят заслон. МК. 03.11.2012). Журналисты с иронией и с надеждой замечают: *«Нововведения в сфере трудовой миграции сыплются как из рога изобилия. Потому что изменилась база – принята новая Концепция миграционной политики»* (Гость в горле. Россия меняет законы для гастарбайтеров. МК. 13.11.2012). А пока...

События на Манежной площади и их отзвуки в СМИ

Одна из очень серьезных тем в московском информационном пространстве этого периода – обсуждение событий декабря 2010 года на Манежной площади. Эти массовые выступления и «драки под стенами Кремля» произвели на общество огромное впечатление, которое с помощью средств массовой информации значительно усиливалось в течение всего последующего периода. Информационное сообщество отразило эти события, в том числе и лексически: *Беспорядки на Манежной площади //*

Погром на Манежной // События на Манежке // Декабрьские межэтнические волнения // Уличные столкновения коренных жителей с выходцами из кавказских республик // Столкновения с милицией на Манежной площади // Серия массовых митингов и т.д.

Кроме последующего открытого осуждения (или полускрытого приветствия), эти события вызвали оживленные общественные дискуссии. Пресса почти однозначно осуждала подобные акции, одновременно подчеркивая, что далеко не все благополучно в нашем городе и в России в сфере межэтнических отношений. Эти выступления оценивались наблюдателями как свидетельство кризиса межнациональных отношений, как проявление антикавказских настроений среди этнических русских. И выводы писавших и выступавших в СМИ людей сводились к тому, что *декабрьские межэтнические волнения в России или серия массовых митингов и уличных столкновений коренных жителей с выходцами из кавказских республик* еще раз подтвердили серьезную опасность проблемы и рост антикавказских настроений среди россиян.

По горячим следам, не разобравшись в ситуации, некоторые интернет-комментаторы сравнивали эти события с Новочеркасским расстрелом, с событиями на площади Тяньаньмэнь 1989 г. Оппоненты не соглашались с этой точкой зрения, считая, что связывать воедино события в Кондопоге 30–31 августа 2006 г. и события 11 декабря 2010 г. в Москве на Манежной площади – это нечто запредельное не только для телевидения, но и для всех официальных российских средств массовой информации (<http://polit.nnov.ru/2011/01/17/manezh>).

Вот что сообщала по этому поводу, например, Lenta.ru: *«Рядом с Кремлем начался митинг против “этнопреступности”... Участники митинга скандируют националистические лозунги, жгут файеры и взрывают петарды»* (11.12.2010); *«... Митинг, посвященный гибели болельщика “Спартака” в драке с выходцами с Кавказа, перерос в столкновения с милицией на Манежной площади. В акции принимали участие более 5000 человек... Позже в Москве периодически возникали попытки устроить новые подобные акции, однако милиция их пресекала; Участники митинга на Манежной площади начали драться с милиционерами... Участники митинга протеста против “этнопреступности” на Манежной площади в Москве жестоко избili пятерых выходцев с Кавказа, вступали в потасовки с сотрудниками правоохранительных органов и прорвали милицейское оцепление. Толпа попыталась прорваться к станции метро “Библиотека имени Ленина”, движение на Моховой улице парализовано»* (11.12.2010). События освещали и комментировали многие информационные агентства, радиостанции и телевидение, освещала и печатная пресса. На эти события откликнулись и иерархи православной церкви (Заявление Патриарха Московского и Всея Руси Кирилла. <http://vesti.ru/doc.html?id=413859>), и правозащитники, и массы обычных людей. Но 4 апреля 2011 г. следователи не признали события на Манежной беспорядками (<http://lenta.ru/story/manezhnaya>). А в конце октября 2011 г. прокурора, участвовавшего в рассмотрении дела о беспорядках на Манежной площади, в знак протеста облили водой у здания Тверского суда Москвы (<http://lenta.ru/story/manezhnaya> 28.10.2011).

В апреле 2011 г. в Общественной палате обсудили доклад «Межнациональная нетерпимость в городской молодежной среде (по следам событий на Манежной)». Журналист «Московского комсомольца» сообщал, что «доклад шокировал палату». Так и называлась публикация газеты. *«Устрашающие результаты исследования...», но выводы слишком уж прилизаны. Абсолютное большинство опрошенных (84%)*

помнят о событиях на Манежной (декабрьские беспорядки, вызванные мягкостью силовиков...). ...Получается, что данные события затронули не только представителей националистических организаций, но и всю молодежь города... Присутствие в общественных городских местах молодых кавказцев отрицательно воспринимают целых 60% опрошенных, а одобряют лишь 4%. Сегодня на Манежную готовы выйти 37% опрошенных молодых людей» (МК. 22.04.2011). Аналитики тщетно пытаются разобраться в причинах погрома на Манежной площади и последующих межнациональных столкновениях на площади Европы. Корни этих конфликтов некоторые из них видят в «глубинах российской государственной политики». Один из постоянных авторов публикаций МК на религиозные темы С. Бычков даже связал эти события со строительством новых мечетей в Москве: «Обстановка нагнеталась в течение всей осени, когда московские власти то подтверждали, то отказывались предоставить землю под строительство новых мечетей» (МК. 24.12.2010). Но только в этом ли проблема?

Конечно, межэтнические проблемы в российской столице не сводятся только к некоторым, упомянутым выше вопросам. Их на самом деле гораздо больше. И один из них – это ежедневное, бытовое общение людей разной национальности с разными обычаями и нормами поведения. Спорными вопросами при общении могут быть любые. Например, многие годы принимающее сообщество очень настороженно относится к представителям кавказских и закавказских регионов. И в СМИ, естественно, отражаются эти массовые настроения. И не только из-за заметного присутствия в городе выходцев с Кавказа, хотя это также не нравится горожанам. Говоря о «тихой» и криминальной оккупации России и Москвы кавказцами, СМИ показывают, как они проявляют себя здесь. Приезжие кавказцы, по представлениям москвичей, ведут себя в Москве как хозяева – по своим законам. Кроме того, наблюдатели подчеркивают, что государство тратит огромные деньги на восстановление и презентацию южных республик, практически забывая о развитии остальных областей России.

По этому и другим поводам в информационном пространстве довольно много разных точек зрения и мнений наблюдателей: «Северный Кавказ остается одним из важнейших глобальных “нервных узлов” страны; Северо-Кавказские республики – этнократические заповедники, живущие по своим порядкам за счет наших налогов; У них ненаблюдаемая экономика, когда работают, но не регистрируются и не платят налоги...». Людей раздражают многие явления, и часть из них можно увидеть в информационной лексике разных каналов СМИ: *непокойные республики Северного Кавказа; политика задабривания кавказских элит и покупка их показной лояльности; политика «управляемого хаоса» на Северном Кавказе; практика «покупки лояльности» и бесконечного задабривания и удовлетворения растущих клановых «аппетитов»; политика потакания антирусскому шовинизму худших представителей кавказских народов со стороны официальных властей РФ; этнократические заповедники, живущие по своим порядкам за счет наших налогов.*

Многие «информационные стрелы» и в последнее время были направлены на чеченское руководство, что связано не только с памятью о прошлых военных действиях в этом регионе, но и об огромных финансовых вливаниях от федерального центра в эту республику. По мнениям оппонентов, они разворачиваются или расходуются здесь нецелевым образом (на строительство представительских зданий, на организацию праздников, на оплату зарубежных артистов, спортсменов и т.д.). К тому же, люди видят определенные перекосы в финансировании этой и некоторых

других южных республик в ущерб многим бедным и вымирающим центральным российским областям. Все это вызывает вполне естественное возмущение, которое еще больше подогревается в СМИ, особенно в связи с убийствами и другими акциями в столице. *«...Чеченская Республика знает, что она победитель, и ведет себя как победитель. Фактически Чечня находится в составе России, но не подчиняется федеральной власти. Там не действуют российские законы. Зато чеченские законы действуют тут у нас, в Москве. Когда надо, в центре столицы среди бела дня погибают те, кому имеет основания желать смерти Рамзан Кадыров. Мовлади Байсаров, который официально работал на ФСБ... Спецслужба, которой либеральные наблюдатели склонны приписывать всемогущество, банально не смогла, а потому и не захотела защитить своего агента. Руслан Ямадаев, депутат Государственной думы... Теперь вот – Юрий Буданов»* (С. Белковский. МК. 15.06.2011).

Эта тема о роли Северного Кавказа и северокавказцев в России не утихает со временем и остается актуальной в СМИ и в российском обществе на протяжении последних двух десятилетий. В большом развороте под названием *«Россия – кавказская пленница?»* на двух страницах газеты «Аргументы и факты» коллектив ее авторов задает вопрос: *«Сколько стоит нам мир на Кавказе? Не слишком ли высока эта цена?»* Многочисленные эксперты, обсуждая проблему, приходят к мнению, что *«дикость обходится нам дорого...»*, что власти используют *«тактику закармливания местных элит и поощрения дикости и варварства»*. Наблюдатели многократно отмечают, что выделение денег из Центра только вредит развитию самих южных республик, что денег у них самих достаточно, поскольку *«в тени остаются неучтенные доходы мигрантов – от личных хозяйств, от неучтенного производства спиртного, обуви, стройматериалов...»*. Поэтому население Кавказа *«кормится за счет себя и за счет всей страны»*. Однако принимающее сообщество теперь волнуют не только финансовые вопросы, хотя это и является очень важным для простых россиян. Людей беспокоит то, что *«...горцы, вооруженные джигиты, кавказцы имея не только деньги, но и экстраординарные привилегии, ощущают себя хозяевами страны... Это разрушает само понятие права в России»* (АиФ. 2012, № 42).

Действительно, лозунг «Хватит кормить Кавказ!» (наряду с некоторыми другими) стал в последнее время одним из ярких, кричащих, и, что немаловажно, легально обсуждаемых в обществе. Такие мысли о перекосах в финансовой политике в нашей стране долго и завуалированно бродили на задворках СМИ. Теперь, в условиях заметного общественного раздражения против действий в Москве некоторых выходцев с Кавказа, их связей с нашими коррумпированными кругами, против вопиющих несправедливостей в политической и социальной жизни страны, на фоне многих кризисных явлений и катаклизмов в мире, на фоне возрастающей тревожности в обществе, эти проблемы вышли на широкое общественное обсуждение. Власти страны уже не могли не замечать проблему. Владимир Путин с некоторым удивлением прокомментировал лозунг «Хватит кормить Кавказ!» Он также отметил, что *«в последние годы в крупных городах страны появляется все больше выходцев с Кавказа, и далеко не все из них вписываются в ту среду, в которую они попадают... Приезжие ищут свою долю. Почему это вызывает раздражение?»* (АН-online. 15.12.2011).

Публикации о противостоянии местного населения и «кавказцев» почти ежедневно появляются в этот период в СМИ. И поводы для этого, особенно в 2012 г.,

чаще всего давали сами «выходцы с Кавказа». Лезгинку танцуют у стен Кремля, чеченский адвокат выступил с провокационным заявлением (КП. 26.04.2012), убивают болельщика спортивной команды, организуют стычки кавказцев со спортивными фанатами других команд, многочисленные массовые драки на улицах столицы и других российских городов, забавляются стрельбой из свадебных машин в центре Москвы (МК. 30.09.2012), устраивают резню пассажиров трамвая и многое другое. Все это буквально взрывало и столичную прессу, и Интернет, и все московское сообщество. Отметим, что журналисты, не всегда справедливо обвиняемые в некорректном освещении проблем мигрантов и их поведения в Москве, пытались в этот период более осторожно и сдержанно писать об этих сюжетах, в том числе и о выходцах из Кавказского региона. Но против фактов не пойдешь...

- *...Говорят, что писать про кавказцев – означает разжигать национальную рознь. Но, кажется, гораздо сильнее разжигают те, кто режет людей (например – в московском трамвае), чем те, кто об этом пишет. ...Говорить «кавказцы» тоже совсем неправильно. Кавказцы очень разные: среди них полно интеллигентных, образованных граждан. Те кавказцы, о которых идет речь, особенные: молодые, малограмотные, дико агрессивные... Убивать в ответ на замечание, в ответ на угрюмый взгляд – так здесь вели себя оккупанты 70 лет назад.... Жителей столицы режут в трамвае за неосторожные слова! И разве только в столице?... Поножовщину в трамвае устроили дагестанцы. Почему они так относятся к русским? Они показывают свою удаль, куражатся или мстят? Кому? За что? (Минкин А. Разжигание розни. МК. 13.11.2012).*

- *В ксенофобском порыве слились все – и националисты, и либералы, и журналисты.... Расул Мирзаев должен сидеть! – Почему? – Потому, что кавказец... Должен отсидеть за всех. – За кавказцев, стреляющих на свадьбах, за подрезающих «Ладу» на дорогой иномарке. За мигрантов, плохо говорящих по-русски и занимающих рабочие места москвичей «в пятом поколении». За выстрелы в Чечне и взрывы в Дагестане... (Ганапольский М. Мирзаев должен сидеть. МК. 29.11.2012).*

- *...Большую роль в нагнетании межнационального конфликта играют именно СМИ... В Грозном гостей (турнира) искренне приветствуют на улицах, потому что по нашим горским обычаям гость в доме – это честь. Но некоторые все-таки умудряются в Москве и других городах позорить свой народ и давать повод давно зомбированным на демонизацию всех кавказцев господам, владельцам ряда СМИ «мочить» всех без разбора... Стоит кавказцу что-то сделать, слышишь одно: это у них в крови. (Аслаханов А. Приговор дружбе народов? МК. 14.11.2012).*

Споры идут на разных уровнях и с разными аргументами. И московские СМИ также представляют читателям, слушателям и зрителям разные точки зрения. И все это транслируется в массы:

- *Такие лозунги как «Хватит кормить Кавказ!» являются разрушительными для страны. Ведь ресурсы федерального бюджета получают более 70 регионов России, и кавказские республики далеко не первые по количеству дотаций. Неужели мы должны отделить эти 70 регионов, полностью уничтожив страну? Ни один разумный человек с таким сценарием не согласится, – совершенно нелогично рассуждает комиссар движения «Наши» М. Кислицына (МК. 07.11.2011).*

• *Те, что кричат народу: «Хватит кормить Кавказ!», – не могут предложить реальной альтернативы. Реализация их безумных идей привела бы к одному – распаду и разрушению России. (МБПЧ. 15.11.2011)⁷.*

Предложения о нормализации миграционной ситуации в стране также озвучиваются средствами массовой информации. Самое простое среди них и невыполнимое – выселить всех мигрантов в свои страны и регионы. Но большинство серьезных комментаторов даже не обсуждают это предложение и просто отмахиваются от него, несмотря на то, что некоторых нелегальных мигрантов все-таки из страны выдворяют (за счет российских налогоплательщиков). Некоторые авторы публикаций в СМИ предлагают отделить Северный Кавказ или некоторые кавказские республики от России... Другие считают, что нужно установить для республик Северного Кавказа протекторат России... Третьи предлагают удержать Кавказ любой ценой, но наводить там порядок. Президент страны видит один из выходов из создавшейся ситуации в том, чтобы развивать производительные силы, создавать новые рабочие места на самом Кавказе (АН-online. 15.12.2011).



Скамейка в Удельном парке Санкт-Петербурга (<http://www.rosbalt.ru>)

Тем временем ученые высказали по этому поводу свою позицию. Например, академик В.А. Тишков, отвечая на весьма провокационные вопросы корреспондента из «Новых Известий», подчеркнул, что «...антикавказские настроения – это не просто бытовая ксенофобия или устойчивая традиция, как антисемитизм. Здесь сказываются последствия войн в Чечне, а также активная миграция жителей северокавказских республик, особенно молодых мужчин, в Центральную Россию... “Кавказцы”, или “лица кавказской национальности” – негативный образ, возникший в 1990-е годы. К тому же выходцы с Кавказа оказались более активными в плане жизненного предпринимательства. Сказались и строгость ислама по отношению к алкоголю, и манифестное поведение, например, демонстрация личных доблестей или показательной щедрости. Отсюда, кстати, успехи в спортивных единоборствах. Не следует забывать и историю. ...Жители Северного Кавказа – такие же россияне, все говорят по-русски и считают Россию своей родиной... Это миф, что северокавказские регионы депрессивные, что они живут только за счет дотаций, которые им дают в обмен на лояльность... Федеральные дотации финансируют застой. На эти деньги живет элита, чиновничий класс. А у молодежи создаются завышенные социальные ожидания... Если со стороны новой среды, в которой оказываются выходцы с Кавказа, был бы жесткий контроль, они бы вели себя по-другому» (Тишков 2011).

В СМИ можно встретить немало рецептов, как обустроить многонациональную Россию. И пишут об этом, конечно, не только журналисты, ученые и политики. Наше внимание привлекло одно из предложений в уже упоминавшейся газетной публикации с провокационным заголовком: «Как остановить рост вражеского поголовья». Мы приведем его почти без сокращений: «... Мировой опыт свидетельствует: есть иные способы разрешения межнациональных противоречий. Например, в США назревал по этому поводу огромный социальный взрыв, но Америке удалось его избежать. ... К примеру, чернокожих американцев стали усиленно пропускать через высшие учебные заведения. Зачастую в ущерб так называемой титульной нации. Как правило, их не исключали из вузов даже за серьезные проступки и слабоумие. Но самое эффективное оружие для “перекливания” мозгов всех американцев изобрел Голливуд. Негры перестали быть на экранах кинотеатров только негодьями, джазовыми музыкантами или прислугой. В киношных полицейских парах, громивших преступников, появился хороший и надежный чернокожий коп-полицейский. ...А уже после этого в реальной жизни никто не удивлялся чернокожим адвокатам, продюсерам, ученым и политическим деятелям. Апофеозом стало избрание президентом США Барака Обамы ...А теперь посмотрим на наше кино. Похоже, оно-то как раз навязывает нам какую-то форму сегрегации. Почти все бандиты в российских сериалах либо кавказцы, либо их паханы – кавказцы. Они торгуют оружием, наркотой, захватывают заложников и насилюют невинных девушек. Противостоят им вот уже почти 20 лет простые русские парни из “Разбитых фонарей”, русские девушки-милиционерши и прокурорши. А если воюет русский спецназ, то обязательно в горах и против бородатых мужиков с “калашами”. Бандиты говорят по-русски, а значит, они жители Чечни, Ингушетии, Кабарды или Дагестана. И невдомек авторам, что в этих российских республиках тоже смотрят центральные телеканалы и, мягко говоря, шибко обижаются, что их считают бандитами. А по другую сторону и вправду в это верят. Увы – именно такие псевдопатриотические фильмы находят господдержку. Зачем же тогда говорить, что Северный Кавказ – тоже Россия? ... Пусть среди ментов из “Фонарей” и прочей теледревбедени появится “хороший парень” следователь-чечен. Пусть он спасает от плохих парней и бандитской пули своего друга Васю или Ваню. И что за Россию он всем “глотку порвет”. И чтобы он стал безумно популярен у зрителей и в Твери, и в Гудермесе. Сначала один, затем другой и третий. Пусть эти актеры – дагестанцы, русские, татары и чеченцы спасают Россию от мерзких олигархов и мировых заговоров, возвращают краденое цэрзушиниками ядерное оружие, предотвращают ограбление хранилища золотого запаса страны. Много чего еще они могут делать вместе – сначала в кино, а потом и в жизни... А там глядишь – и выберут у нас когда-то, лет через 40, президента из чеченцев, гражданина России» (АН. 20.07.2011).

Журналисты также дают свои советы: «Пора прекратить двухсотлетнюю войну за Северный Кавказ, которая в конечном счете не дала нам ничего, кроме крови и слез. ... Высвободившиеся средства можно направить не только на то, чтобы переселить в Россию немногих брошенных на Северном Кавказе русских. Но и на развитие Центральной России. И Севера. И Сибири. И Дальнего Востока. Территорий, которые мы действительно можем потерять, если не перестанем относиться к ним пренебрежительно, как сейчас» (С. Белковский. МК. 15.06.2011).

СМИ предлагают и еще одну, казалось бы, интересную меру – переселение, вернее, добровольный переезд части кавказцев в Сибирь: «Кавказцы готовы переехать

в Сибирь. Но многие сибиряки протестуют против такого соседства... В Интернете поднимается волна протеста...» (www.metronews.ru/ 02.03.2011).

Таджикские мигранты в Москве

Иногда, казалось бы, небольшие события дают повод и оказываются началом больших и серьезных перемен в общественной жизни полиэтничного региона. Так, заметный резонанс в московских и российских СМИ получили события, связанные с судьбой российского летчика, задержанного вместе с самолетом в Таджикистане. Его задержали, судили и приговорили к заключению за не очень понятные для обычных россиян нарушения. Но вся эпопея с его освобождением (с ним был также его русскоязычный коллега из Эстонии) вылилась в российских городах в шумную полицейскую кампанию против таджикских мигрантов. Заметим, что их жизнь в России и так нелегка. О том, как трудно живется в нынешней России таджикским и другим рабочим из среднеазиатских стран довольно часто рассказывается в недавно созданной, но уже активно работающей газете «Голос таджикстанцев». Да и сами россияне ежедневно встречают группы угрюмых, невыспавшихся людей в оранжевых куртках, прибирающих московские улицы и дворы.



Таджикские мигранты убирают снег в Москве (<http://vecherka.tj/main/trudov>)

Тем не менее нельзя не видеть, что отношение российского общества к таджикским мигрантам не носит такого жесткого характера, как, например, к азербайджанцам несколько лет назад или к выходцам из наших северокавказских республик. Россияне вполне отличают трудолюбивых, застенчивых и бесправных (в массе) таджиков, ежедневно группами чистящих наши дворы или ремонтирующих дороги, от самоуверенных и дерзких приезжих из других республик. Более того, кажется, россияне понимают, что «...сотни тысяч трудовых мигрантов – это наш вклад в политическую стабильность соседей...». И российские СМИ не особенно злословили о том, что «они» мешают нашей прекрасной российской жизни. Скорее – насмешничали, как всегда, но и сочувствовали, поругивая действия нашей Федеральной миграционной службы и чиновников, регистрирующих массы мигрантов в квартирах москвичей. Однако случай с «вызволением из таджикского плена» российского гражданина (в 2011 г.) стал поводом для «асимметричного ответа» российских властей таджикским. По Москве и некоторым другим городам начались проверки паспортного режима и «ловля» нелегалов-таджиков с целью их выдворения из страны.

Представим некоторые заголовки публикаций СМИ этого периода: *Президент РФ Дмитрий Медведев не видит «никакой кампании» в ситуации с высылкой граждан Таджикистана из России* (<http://www.bfm.ru/news/2011/11/14/>); *Посольство Таджикистана в Москве создало круглосуточный оперативный штаб для помощи своим гражданам после того, как начались гонения на таджиков, в том числе, со стороны активистов-националистов* (<http://www.gazeta.ru/news/>); *Временный запрет на использование трудовой миграции из Таджикистана может быть введен по медицинским соображениям* (<http://www.interfax.ru/politics/>)⁸.

Эта довольно обсуждаемая в СМИ кампания о высылке из Москвы и из России 100 таджикских мигрантов и «облавах» на них, спустя совсем немного времени, была в прессе приостановлена (история с российским летчиком как-то уладилась, его освободили). В СМИ началась новая информационная кампания – подготовка к выборам в Госдуму. Но все же история с таджикскими мигрантами оставила определенный след не только в общественной памяти (пропагандистский? этнопсихологический? этнополитический? нравственный?), но и в судьбе многих простых людей, легально и нелегально находившихся на российской территории. Как показывают события последних лет, такие акции руководства страны – это действительно один из способов решения сложных межгосударственных проблем. Вместе с «таджикистанским случаем» можно поставить в один ряд и другие многочисленные «нарушения», о которых сообщали СМИ в последние годы: относительно Грузии (их вина и вода «Боржом»), Украины (газ, а позже – и сыр), Белоруссии (молочные продукты), Латвии (шпроты). Подобные истории не проходят быстро и по-своему тревожат общество.

Как показывают выступления в прессе, и в нашей стране разные люди неоднозначно оценивали эти события. Одни считали, что нельзя смешивать политические акции (в данном случае – давление на другую страну) и судьбы невинных людей. Другие говорили о том, что высылка таджикских рабочих – это не только рычаг в международной политике, но и вред экономике самой России. Кто же, кроме таджиков, будет у нас работать в таких условиях? Третьи предсказывали, что эти акции высылки поставят бывших мигрантов в безвыходное положение, и они уйдут к талибам.

А у российских правозащитников были опасения, что скандал, разразившийся между Россией и Таджикистаном после жесткого приговора российскому летчику, подстегнет ксенофобские настроения. Директор центра «Сова» А. Верховский объяснил, почему решение о депортации таджикских мигрантов может обернуться бунтами гастарбайтеров и активизацией экстремистов: *«Депортация – это очень странная идея. Я думаю, что здесь одним выстрелом они решили убить двух зайцев – отомстить Таджикистану и попытаться “решить вопрос с засильем мигрантов”... Тут российскому правительству хочется показать силу своим же гражданам. Показать, что они крутые, – это то, что им нужно. Тем более, что нечасто находится такой повод»* (Таджикский скандал радикалам очень на руку. 15.11.2011. <http://www.sova-center.ru/>). Отметим и еще один взгляд на эти события: *«...не случись сейчас предвыборной кампании, когда в особой цене патриотизм и защита государственных интересов, еще неизвестно, так ли решительно наши МИД встал бы на защиту соотечественника. ... Очевидно, что Россия должна иметь не набор примитивных санкций для вызволения своих граждан, ставших разменной монетой в геополитических играх, а не допускать в принципе случаев, подобных злоключениям летчика Садовниченко»* (Таджикский синдром излечим. 16.11.2011. <https://www.bfm.ru>). В любом случае, материалы этой очередной информационной кампании в нашей

прессе (и действия наших служб в реальности) показали, что власти все еще учатся находить действенные механизмы регулирования конфликтных ситуаций в международных отношениях. А в СМИ обсуждение этой истории скоро закончилось (но не забылось). Другие события быстро сменили таджикскую тему. Но в ноябре 2012 г., в период больших снегопадов, таджикская тема опять всплыла: все московские СМИ сообщили о забастовке бесправных таджикских дворников, которым полгода (!) не платили зарплату. Затем появились сообщения об аналогичном случае и в Санкт-Петербурге.



Таджикские дворники объявили забастовку
(<http://vott.ru/entry/214173>)

Однако многочисленные каналы массовой информации недолго фокусировали внимание общества на этих событиях, хотя случай забастовки дворников-гастарбайтеров в период погодных катаклизмов в российских городах – беспрецедентный. Возможно, журналистов остановили сообщения о поводе для такой акции – местные коммунальщики не платили зарплаты бесправным мигрантам. К тому же, появились и другие важные события, о которых надо было сообщать людям. Но в Интернете, как всегда, появились свои комментарии, суждения, мнения и даже насмешки над гастарбайтерами и над своей властью и страной. Например, в комментариях к статье «Мы сюда не кушать приехали» (http://ria.ru/tv_society/20121116/) автор edorka пишет: *«Почему русские не идут работать (дворниками)? Потому, что всех русских уволили, понизив зарплаты и наняв иммигрантов. Потому что на деньги, которые они получают, можно прокормить семью в Фергане, но не в Москве. У нас была женщина-дворник в доме, русская. Уволили. В жэке тоже все “оттуда” сидят. Ни одного русского. Только не надо говорить, что все русские ленивые. Просто в ЖКХ все сплошь кавказцы, и они специально набирают людей из Средней Азии, чтоб с этого рубить бабло налево. Это он не рассказал, сколько наверх отстегивает. Потому что уволят и нового возьмут...»*. И другой комментатор yana.zaretzkaya2011 поддерживает: *«А почему правительства среднеазиатских государств так унижают свой собственный народ, что им приходится мигрировать? Несчастные мигранты все вопросы должны задавать своим президентам, а не строить из себя несчастных на территории чужого государства»*. Но эти случаи показали и другое – даже самые «бессловесные», бесправные и «тихие» гастарбайтеры из ближнего зарубежья могут стать и становятся заметной силой в российском обществе, отстаивающей свои права и человеческое достоинство.

Мигранты и власти «обижают» россиян

Все обозначенные и кратко рассмотренные выше проблемы довольно серьезные. И практически из каждой этих, казалось бы, небольших искр, при определенных условиях вполне может разрастись немалое пламя межэтнических конфликтов. Но этого, при умелом и мудром регулировании можно все же не допустить. Однако в настоящее время существует и активно развивается, в том числе и в СМИ, еще ряд очень серьезных и острых проблем. В их ряду – потенциальная угроза российской и русской идентичности, ее идеологическое размывание, пренебрежение к ней власть имущих. Вообще, идея «Нас – россиян – обижают» почти постоянно остается очень актуальной для современных СМИ. Ее этнополитические корни просматриваются еще с последних советских десятилетий, хотя внешние «обидчики» у нас были всегда. Это было нами зафиксировано неоднократно (Малькова 1991). Но в наших СМИ такие настроения стали заметно активнее распространяться с начала 1990-х годов, с распадом Союза и с началом массовых миграционных процессов. В реальности причин этому явлению немало – ведь противопоставляются и сталкиваются две, довольно четко разграниченные группы населения: «Мы» – якобы хозяева и «понаехавшие» – якобы гости. Но для СМИ – акцентирование обид «нам» со стороны «других» (обид этнокультурных и этнопсихологических, этносоциальных и этнополитических) всегда было важным пропагандистским приемом. Людям близко и понятно, казалось бы, сочувственное упоминание и рассмотрение этих настроений, в том числе и в СМИ (чаще всего не рациональное, а эмоциональное). Это привлекает их внимание к описываемому сюжету и к конкретному каналу информации. А более-менее четкая идея – «нас несправедливо обижают» объединяет их как единомышленников. Во времена общественных кризисов, конфликтов и войн подобные идеи особенно интенсивно используются для организации массового сознания. Этим приемом (культивированием обид), как мы неоднократно видели по нашим другим исследованиям, активно пользуются идеологи во все времена. Особенно это было заметно в наших экс-советских республиках на рубеже 1980-х – 1990-х годов, а также и в российских республиках при утверждении их суверенитетов в начале 1990-х годов⁹.

Все это сегодня ярко концентрируется в столице России, в «космополитичной» Москве, в московском стиле жизни, в московских СМИ. Угроза потери своей идентичности и самобытности, идеологического и общественного забвения своей этнонациональной культуры тревожит россиян. И эта тревога может быть направлена не только на инокультурных приезжих, но и на свои собственные власти. Наблюдатели видят и подчеркивают настроения неудовлетворенности и несогласия у простых россиян в разных областях жизни – в чрезмерном въезде «чужаков» в Россию, в активном их обустройстве в крупных городах, в том, что они довольно быстро организуются и занимают отдельные экономические ниши, в том, что они «вытесняют» из многих сфер местных жителей. Чувство обиды и ощущение несправедливости проявляется и по поводу перекосов финансирования российских регионов, и по поводу «забвения» со стороны властей русской национальной (этнической) культуры, и культуры вообще. И конечно – по поводу размывания русского этнического самосознания (хотя все другие этнические культуры поддерживаются), в попытках замены его общероссийским.

Небольшим, но показательным сигналом стала, казалось бы, тихая попытка московских властей переименовывать некоторые московские улицы и другие места. Так,

на рубеже 2011 и 2012 гг. в Москве велись общественные дискуссии о названии строящейся станции метро «Братеевская», которую власти хотели переименовать в «Алма-Атинскую». Эти дискуссии начались и в печати, и в Интернете (news.rambler.ru; povorol.ru; gia.ru; brateevo.org и др.). По данным прессы, с просьбой назвать таким образом одну из станций метро обратился к московскому правительству посол Казахстана. При этом дипломаты указали на традиционную дружбу народов двух стран. Был выдвинут и еще один аргумент – в Москве уже есть станции метро «Рижская», «Киевская», «Пражская». Однако жители московского района Братеево решительно воспротивились этому решению. Жители этого и других столичных районов и группы москвоведов (историки, лингвисты, деятели культуры) собирали подписи против замены исторического названия своего района. Но обращения к чиновникам результатов не дали.

Ситуация противостояния жителей города и чиновников принимает серьезный характер. Вопрос принципиальный. Разумеется, все понимают политический подтекст такого решения властей. И ни в коей мере протест жителей не относится к дружественному россиянам казахскому народу. Но опасения за сохранность своей культуры и самобытности в этот период острых событий и страстей в России и в мире, в период массового и мощного наплыва иных культур и религий в устоявшееся уже российское сообщество, безусловно, тревожит граждан. И хотя это не связано напрямую с миграционной ситуацией в Москве, но все же относится к расширению инкультурного компонента в общественном пространстве российской столицы. И из-за этого, как опасается пресса, *может разгореться настоящий скандал*. Так оценивают эти события журналисты («Братеево») не хотят менять на «Алма-Атинскую». МК. 12.01.2012).

Наше внимание привлекло и еще одно, казалось бы, небольшое событие, которое может иметь неожиданные последствия. В публикации Ю. Чернухиной «*Лицо особой национальности. Москвич судится с ФМС за право называться великорусом*» (МК. 01.11.2011) название заметки говорит само за себя. Но автор подчеркивает дальше, что этот случай редкий, но не единственный. Оказывается, и в других регионах страны (например, в Нижнем Новгороде) происходят подобные истории. Однако, по словам журналиста, «местный “великорус” так ничего и не добился...».



Публикации из московских газет 2012 г. (фото автора)

Потенциальная угроза российской и русской идентичности и православию постепенно обостряется и в связи с непрекращающимся ростом миграции из мусульманских стран и регионов. И это обстоятельство, как показывают материалы СМИ, с

большой тревогой отмечается наблюдателями. Эту тревогу поддерживают авторы в прессе и в Интернете, распространяя ее дальше в общественном пространстве. Об этом говорят российские деятели культуры, ученые, политики и политологи, представители церкви. Об этом думают и обычные люди, обеспокоенные за свою страну и за свою культурную самобытность. Этот вопрос приобретает также этнопсихологическую и этнополитическую остроту для большинства населения страны – русских. Но насколько реалистична угроза русской идентичности и русскому православию от приезжающих в нашу страну и обустроивающихся в ней миллионов инокультурных мигрантов?

На Третьем Мировом политическом форуме в Ярославле (в сентябре 2011 г. и впоследствии, например, в созданной в этот период публицистической ТВ-программе «Русский вопрос» /ТВ-Центр) об этих проблемах громко говорили политики, политологи, деятели культуры. Например, Д. Рогозин отметил, что «...*Положение русских, русский вопрос – вот главный нерв современной российской политики. Как и Запад, Россия испытывает беспрецедентный иммиграционный натиск* (здесь и далее выделено мной – В.М.). *Но наша иммиграция не оправдана экономически и чрезвычайно опасна политически и социально... Главная линия напряженности проходит между этническими группами с Северного Кавказа и русскими. Выходцы из этих республик демонстративно нарушают русский культурный стандарт. Некоторые народы в России равнее других, а русский народ находится в положении дискриминируемого большинства*». Рогозин сформулировал выбор, который, по его мнению, стоит перед страной: «*Либо периферия подчинит центр и варваризирует его, либо периферия модернизирует центр*» (Коммерсант. 08.09.2011).

Проблема инокультурного (и иноконфессионального) влияния на жизнь большинства россиян пугает многих экспертов – ученых, деятелей культуры и даже правоведов. «...*Для меня, как для юриста, совершенно очевидно, что происходящий распад общероссийской идентичности – вслед за идентичностью советской – это очень серьезная социальная, политическая и правовая проблема. И особенно опасный аспект этой проблемы – это попытки “этноконфессиональной анклавизации”*. Нет сомнений, что появление такого типа анклавов не просто поставит вопрос о соотношениях исламских анклавных правовых норм с нормами общероссийскими, но повлечет за собой, по мере “анклавного распада” единого юридического поля страны, и тенденции политического, экономического и далее государственного распада», – также подчеркивал опасность этой проблемы на Международном форуме в Ярославле российский юрист Н. Масленников (<http://www.rg.ru/2011/09/09/forum-site.html>). От имени ряда обеспокоенных правозащитников обратился к новому мэру Москвы и директор Московского Бюро по правам человека (МБПЧ) А.С. Брод (МБПЧ. 22.09.2011).

Немалую почву для раздумья по этому поводу дают и результаты прошедших в 2011 г. выборов в Госдуму, а затем – и при выборах президента страны 4 марта 2012 г. Наблюдателей удивили, хоть и ожидаемые, но все же неоднозначные итоги голосования в некоторых российских регионах. В статье «Зеленое знамя над русской деревней» автор пишет: «...*Почти стопроцентное голосование в мусульманских регионах Северного Кавказа не осталось незамеченным для нового состава Госдумы. Признает или нет страна ее легитимность, но количество мусульман вырастет в ней* (в Госдуме – В.М.) *почти в два раза. ...Тем временем, по мнению экспертов, за последние 10 лет более 100 тысяч человек, родившихся и живущих в коренных российских регионах, уже приняли ислам. ...В некоторых малых населенных пунктах с*

традиционно православной религиозной историей отмечаются случаи отправления мусульманской молодежью весьма специфических обрядов. В результате эта деревня или село начинает считаться ими мусульманской территорией. Как правило, местное население такого обряда не понимает. Он выглядит как обычная сходка, во время которой в центре населенного пункта водружается зеленый флаг. После этого населенный пункт становится для мусульман своей территорией. По словам экспертов, только в Ленинградской области в 2011 году было отмечено шесть таких церемоний» (АН. 14.12.2011). В российских СМИ появляется немало подобных материалов, которые охватить нам, конечно, невозможно. Но даже приведенные здесь показывают заметную общественную тревогу и напряженность в обществе, которые пока лишь тлеют в глубине и подогреваются через СМИ. Проблема сохранения российской и русской идентичности, российского национального патриотизма становится в обществе все острее и требует серьезной работы наших деятелей культуры, идеологов и властей.

Общественный и этнополитический напор приезжих. Газета «Труд 7» рассматривает проблему расселения инокультурных мигрантов по стране с иных позиций. В ряду других изданий она указывает на заметную общественную, этнополитическую и бизнес-агрессию приезжих¹⁰. В одной из публикаций говорилось: «...Отсутствие локальных мест проживания не позволяет приезжим получать большинство голосов избирателей и, соответственно, провести своих представителей в городские власти. Однако ни для кого не секрет, что часто за властью стоят деньги. Поскольку в столице России проживают немало бизнесменов, не относящихся к коренному этносу, они при помощи финансирования могут лоббировать свои интересы и продвигать в руководство нужных им людей. А сотрудники правоохранительных органов, чиновники и коммерсанты, “проросшие” из диаспор, оказывают огромное влияние на жизнь города. К примеру, подавляющее большинство поставок на продуктовые и вещевые рынки держат в руках коммерсанты из Азербайджана, Китая, Вьетнама и некоторых других стран. От них напрямую зависит, появятся ли многие виды товаров и продуктов на прилавках» (Труд 7. 16.06.2011).

В упомянутой выше нашей книге «Мобилизация этнических сообществ в современной России»¹¹ мы писали о действительно бурной деятельности новых этнических элит, появившихся в России в результате миграций 1990-х – 2000-х годов, и о дальнейших их целях. Как показал анализ этнических (диаспорных) СМИ, в стране в эти годы шла заметная и целенаправленная консолидация мигрантов в большие этнические сообщества – диаспоры, национально-культурные автономии и другие объединения. Выше уже говорилось о разрастании в Москве и на просторах России новой этнической инфраструктуры приезжих, и этнические издания это также авторитетно иллюстрируют. В российских городах строятся новые культовые и другие общественные учреждения, организуются этнические структуры в сфере образования, здравоохранения, в сфере обслуживания, проводятся массовые этнокультурные и религиозные мероприятия.

Но развивающиеся процессы более многообразны, чем их видят наши основные СМИ. Кроме всего прочего, вновь создаваемые единые этнические сообщества юридически оформляются и закрепляются в российских регионах. Довольно часто их руководство ставит вопрос о коллективном правовом статусе своих зарегистрированных диаспор и автономий и о повышении их общественно-политической роли в жизни «освоенных» ими российских областей и республик. Публикации этнических

СМИ показывают набирающие силу процессы целенаправленного формирования новых профессиональных кадров этнических функционеров. Из этнических изданий люди узнают, что во многих российских регионах проводятся обучающие курсы, семинары и школы молодых этнических активистов. Различными способами у приезжих укрепляется их групповая диаспорная идентичность, например, с помощью внедрения в их сообщество идей об их этническом родстве и единстве, об их особости и самобытности в российском обществе, об обязательствах перед своей этнической родиной и т.д. Большая часть средств на эти мероприятия поступает от их этнических спонсоров – российских этнических предпринимателей, а также из стран и территорий их исхода. Но, кроме того – и из российского бюджета, что было закреплено нашим законодательством еще в 1996 г.

Нельзя не замечать, что законодательная неурегулированность и закрытость многих явлений и процессов в сфере межэтнических и федеративных отношений вызывает у россиян недоумение, естественную общественную тревогу за свою культуру, за свою землю, за свою страну. И стоит согласиться с авторами выступлений в СМИ, что все это усиливает почву для протестов в нынешнем раздраженном российском сообществе (<http://www.argumenti.ru/politics/>).

Национализм, ксенофобия, экстремизм

«Если бунты случаются в столицах таких благополучных стран, как Англия, Франция и Германия, то наивно думать, что в России все будет гладко. Но второй раунд распада СССР за счет России исключен» (Тишков 2011).

Рассматривая тему освещения национализма в СМИ, мы опять обращаемся к лексике газетных публикаций, к словам и фразам, которые ежедневно встречаются на страницах наших газет и в Интернете: *...Взаимоотношения «понаехавших» и «коренных жителей» / назревающий конфликт / растущая социальная и национальная напряженность / национализм / расизм / шовинизм / агрессивная ксенофобия / разжигание межнациональной розни / погромы / бунты / ультраправые движения* и т. п. Как видим, уже сама лексика медийных сообщений несет в себе тревогу и беспокойство для массового сознания. Но это форма сообщений. А содержание?

Прежде всего, подчеркнем, что рост напряженности в межнациональных отношениях в стране замечает большинство общественно-политических каналов массовой информации и их авторов. Некоторые эксперты при этом полагают, что и в нашей стране сказывается общемировой тренд разочарования в мультикультурности. Но, кроме этого, нынешняя межнациональная нетерпимость искусственно подогревается, и рост ее связывается не только с миграционной ситуацией, но, в определенной мере и с думскими и президентскими выборами. «... *“Единой России” нужно получить большинство, и она не может не сказать, что интересы русского народа – в центре их программы... А бытовая ксенофобия есть в любой стране и даже среди ученых, с которыми я общаюсь. Должна быть планка – что недопустимо в обществе*» (Тишков 2011). Другие эксперты обращают внимание на то, что для части общества ксенофобия подчас становится консолидирующей идеей (как, например, в событиях на Манежной площади). Так, по данным Левада-Центра, на протяжении двух десятков лет большинство россиян поддерживает националистическую идею «Россия для русских». И эта идея, как мы показывали выше, становится также соединяющей и объединяющей ксенофобски настроенных единомышленников. К сожалению,

другой идеи – сильной и эмоциональной, сплывающей массы недовольных (и довольных) россиян, не видно на нашем идеологическом поле. В настоящее время от 19% до 35% жителей страны заявляют, что эту идею о России для русских давно пора осуществить. И ее, как известно, уже не раз пытались осуществить. По данным Московского бюро по правам человека, за январь – середину ноября 2011 г. было зафиксировано 90 случаев нападений на приезжих на почве агрессивной ксенофобии, итогом чего стали 26 погибших и 110 раненых... (Заявление МБПЧ к Международному дню толерантности. <https://ru.humanrights.com>).

Уже в течение почти двух десятилетий в наших СМИ не исчезает тема борьбы с проявлениями ксенофобии, агрессивного национализма и экстремизма. Правозащитники, ученые, политики, деятели культуры, журналисты и многие другие люди говорят и пишут об этих явлениях. Стоит заметить и подчеркнуть, что практически все экспертное сообщество, говоря о национализме, имеет в виду почему-то только агрессивный национализм русских. Одни авторы просто констатируют текущую ситуацию, другие ее осуждают, третьи приветствуют и даже гордятся некоторыми моментами. Конечно, в поликультурном обществе, неустойчивом и раздраженном многими социально-политическими причинами, общей нестабильностью и тревожностью в стране и в мире, неустойчивостью коллективного национального единства, отсутствием объединяющих целей и смутными общественными перспективами, а иногда и своей человеческой бедностью и социальной невостребованностью, людям приходится нередко «выживать поодиночке». Поэтому часть людей теряется, другая часть заблуждается, становится агрессивной и слепо протестует против действительности, выливая свою неудовлетворенность на более слабых соседей. Во многом «слабыми» оказываются в данном случае «понаехавшие», значительная часть которых – бесправные и незащищенные приезжие (но, конечно же, далеко не все!). На фоне неустойчивой и слабой власти растут и националистические настроения в нашей, теперь уже супермногонациональной (многоэтнической) стране.

В декабре 2010 г. в издании «Национальный акцент» (приложение к газете «Аргументы недели») говорилось о том, что ожидаемая в обществе новая редакция Концепции государственной национальной политики РФ в этом году так и не появилась. По мнению автора публикации (М. Лянге – председатель Гильдии межэтнической журналистики), эта концепция должна расставить четкие приоритеты в стране, где проживают 182 народа. Но этого не произошло (АН. 29.12. 2010). Безуспешно ждали, что этническая тема прозвучит и в ежегодном послании Президента РФ. Но дождались этого только в 2011 г., когда федеральные власти «преодолели растерянность после событий на Манежной площади». На этом примере власти еще раз воочию увидели, какая необузданная сила таится в подобных выступлениях, причем так близко от Кремля. Наконец-то вопросы межэтнических отношений (в том числе и в Москве) стали публично обсуждать и на высоком уровне (хотя, к слову сказать, в столице эта тема никогда не забывалась). Многие газетные издания, телевизионные и радиопрограммы, интернет-сообщества стали еще более горячо говорить о сложностях взаимоотношений местных жителей и «понаехавших» в Москву и Россию.

17 января 2011 г. прошла встреча президента страны с руководителями обеих палат парламента в Горках. Здесь Д.А. Медведев едва ли не впервые заговорил о роли титульной нации (?!), напомнив всем, что русские являются самым большим народом России, русский язык – государственный, а Русская Православная церковь – представитель крупнейшей конфессии страны. *«Нам нужно развивать самые лучшие черты*

русского характера именно потому, что в какой-то период лучшие черты нашего характера сделали нашу страну сильной, по сути, создали Россию» (АН. 20.01.2011).

В интервью, данном газете «Аргументы недели», известный русский писатель и публицист А. Проханов указывал на *«нарастающую русскую агрессию, не оплодотворенную духовным содержанием и духовными целями, агрессию, связанную с огромным комплексом неполноценности русских и несущую в себе общенациональную катастрофу... Оседлать конька русского национализма – по его словам, – значит вернуть в поле национальной жизни огромную, гигантскую, во многом иррациональную русскую культуру, которая за последние 20 лет была истреблена, причем – сознательно и поэтапно, с целью перекодировать сознание русского народа...»* Для того, чтобы спасти нашу страну от окончательного разрушения, А. Проханов предлагает: *«...надо собрать русских интеллектуалов, русских художников, философов, историков в ареопаг и предложить им создать концепцию русского развития, концепцию возвращения русской культуры»*. Он считает, что, *«если в свое время Сталину удалось перекодировать общество и вернуть в сознание людей классические имперские ценности, классические образцы русской культуры, то и сейчас еще можно вернуть исковерканное сознание наших сограждан в русло национальных представлений. И это должна быть целая программа»* (АН. 20.01.2011).

В статье «Вскрытая враждебность» (НИ. 08.09.2011), констатируя, что в современном российском обществе сильны национализм и ксенофобия, авторы показывают, что, по данным Левада-центра, 46% россиян в той или иной степени чувствуют враждебность к людям других национальностей (а в 2005 г. таких было меньше – 38% (!)). Социологи и правозащитники Московского Бюро по правам человека отмечают, что среди молодых людей в возрасте от 15 до 30 лет агрессивная ксенофобия особенно заметна (МБПЧ. 15.11.2011). Многие аналитики СМИ говорят о подъеме и разрастании национализма в России, о конкретных проявлениях агрессивного национализма и фашизма в Москве, других крупных городах разных регионов страны, о многочисленных публичных случаях разжигания межнациональной розни и т.д. В прессе появляется немало публикаций о разных акциях националистов. И при этом повсеместно под этим термином подразумеваются русские националисты. Возникают вопросы, которые выходят за рамки нашей работы: почему в нашем информационном пространстве и в идеологии агрессивный национализм – в основном РУССКИЙ? Каковы его сегодняшние корни и основы? Это явление временное, которое пройдет через пять–десять–двадцать лет, или это постоянное состояние определенной части общества?

Заголовки печатных материалов говорят сами за себя: «О “русском марше” в Москве и других городах» (НИ. 16.08.2011); «Мнения священнослужителей о подъеме национализма в Европе и опасности подобных процессов в России» (<http://www.regions.ru/news/2380388>); «Москва находится на пути к лондонским пограммам» (НИ. 15.08.2011).

И все же в этот период тема национализма (а его большинство наших СМИ представляют только как агрессивный национализм), по нашим наблюдениям, освещалась не настолько интенсивно, как в прежние годы. Хотя отдельным сюжетам все же СМИ уделяли немало внимания. Поводами становились не только акции националистов, как например, события на Манежной площади и в других субъектах РФ, но и

информация о судах над «националистами» или людьми, подозреваемыми в разжигании межэтнической розни. Естественно, националистические проявления осуждались большинством каналов массовой информации.



Примеры публикаций прессы о националистах (фото автора)

Однако национализм – настолько многозначное, а иногда и спорное явление, что нередко вызывало и в прессе, и особенно в Интернете, разные толкования и суждения. Очень много материалов по этим проблемам можно увидеть на сайтах и в опубликованных документах российских правозащитников.

Где же конкретно находятся эти экстремистские «точки тревожности» в межэтнических отношениях? И как они обозначаются в информационном пространстве?

Одна из них, как ни странно, – **события в мире спорта**. Следует отметить, что при рассмотрении конфликтных ситуаций в межэтнических отношениях эта тема не рассматривается нами как новая. Еще в советские годы, когда на спортивных соревнованиях встречались между собой представители разных советских республик, некоторые восклицания комментаторов (в нынешнее время их даже не заметили бы!) вызывали у советских болельщиков и читателей газет смущение: «*Наши узбекские спортсмены вышли вперед, оставив позади грузинских пловцов*», или: «*Мы победили более сильных в прошлом армян*».... В то время не принято было публично говорить о соревнованиях представителей разных этнических групп, а уж тем более – об их победах друг над другом. Можно было говорить, например: «*Спортсмены из Узбекистана победили соперников из Грузии*». Или: «*Таджикские спортсмены пришли к финишу впереди представителей Молдавии*» (Малькова 1991).



Публикации из московских газет 2011 и 2012 гг. (фото автора)

Но даже в тех условиях мы могли увидеть, что спортивные площадки и соревнования могут не только объединять людей в едином порыве, но и разделять их (по этническому и национальному признаку) на «своих» и «чужих» спортсменов и особенно болельщиков, тем более, когда их специально к этому подготавливают. А в наше время, когда многое стало позволено, когда в прессе можно свободно говорить о своих этнических симпатиях и антипатиях, когда появился свободный Интернет, это очень накаляет страсти. И на фоне массового миграционного притока к «нам» «чужих», страсти болельщиков выплескиваются далеко за пределы цивилизованных отношений.

В последние годы футбольные матчи стали одной из площадок противостояния болельщиков (фанатов) разных спортивных команд, противостояний, которые нередко вырываются за рамки стадионов, переходят на улицы, площади и в метро. В основном такие события происходят в Москве, что пугает не только приезжих, но и самих москвичей. Например, в 2011 г. большую тревогу, в том числе и в информационном пространстве, вызвало несколько матчей. «... Спецслужбы получили информацию о подготовке к организации шествия участников фанатских группировок после матча “Спартак” – ЦСКА, который должен состояться в воскресенье на стадионе “Лужники”, в знак протеста против освобождения из-под ареста Расула Мирзаева, которого обвиняют в убийстве студента Ивана Агафонова», – сообщает газета «Коммерсант». Националисты собирались устроить беспорядки в Москве по сценарию событий, происшедших в декабре 2010 г. на Манежной площади, когда несколько тысяч футбольных болельщиков под националистическими лозунгами вышли на несанкционированную акцию. Они протестовали против освобождения дагестанцев, напавших на фана «Спартака» Егора Свиридова и его друзей. «Для организации беспорядков националисты планировали использовать матч между футбольными клубами “Спартак” и “ЦСКА”, который должен состояться в это воскресенье на стадионе “Лужники”». На этот матч было продано уже 45 тысяч билетов. Если бы Мирзаев к моменту проведения матча оказался на свободе, то это вызвало бы возмущение в сочувствующей националистическим идеям фанатской среде» (Газета.RU. 24.08.2011).

Многие каналы массовой информации, предупреждая свою аудиторию о возможных националистических выступлениях, вольно или невольно усиливали напряженность (тревогу) в обществе. Представитель армянской диаспоры в России в эти дни сообщал, что МВД России уже предпринимает соответствующие меры по предотвращению массовых беспорядков после футбольного матча. По его сведениям, в субботу и воскресенье около стадиона будут находиться несколько тысяч сотрудников МВД для обеспечения безопасности болельщиков. В эти дни в столице России также будут предприняты повышенные меры безопасности (России не поддаваться на провокации националистов. Новости Армении. 29.08.2011. [http:// news.am/rus](http://news.am/rus)).

В мире спорта возникали и другие скандалы, например, с футбольной командой Дагестана «Анжи». Полемика вышла за пределы чисто спортивной дискуссии и все чаще переходила в этнополитическое поле. Признанный факт, что в молодежной среде (и не только) в отношениях с Кавказом не все ладно, комментирует член научного совета Московского Центра Карнеги Н. Петров: «Куда за российские деньги приглашают лучших игроков со всего мира?! Раздражение есть, оно накапливается.

И конфликт между двумя национализмами – между русским и антирусским мы видим. Он выплескивается и в спортивные соревнования, особенно в футбольные матчи, особенно в такой ситуации, когда вкладываются огромные деньги. Это рассматривается как некий способ продемонстрировать хоть в чем-то свое превосходство» (Радио Бизнес FM. 19.08.2011). Это событие взволновало немалые группы болельщиков и наблюдателей. Их комментировали и политики: *«Бюджет Дагестана дотирован на 75%, они не могут заработать себе на жизнь. А им, оказывается, подавай мировой футбол»*, – так высказывался В. Жириновский, и многие российские болельщики были с ним согласны (Известия. 29.08.2011). Обиды и несправедливости в общественной жизни, в том числе и в спорте, mnoжат недовольство и раздражение в массовом сознании, особенно у молодого поколения. И все это капля за каплей добавляет масла в незатухающий костер межэтнических разногласий.



ИТАР-ТАСС
(<http://www.neva24.ru/a/2011/06>)



(<http://forum.md/Themes/>)



(<http://piter.tv/event>)

Использование этнического фактора на спортивных мероприятиях
(иллюстрации из Интернета)

Насколько же опасен рост национализма в нашей стране? Журналисты опросили некоторых российских священников, чтобы выяснить их мнение. Ответы оказались неутешительными: *«Рост национализма – это закономерный протест против государственной политики. Коренное население всегда будет испытывать дискомфорт при нарушении этнических пропорций. Ведь речь идет о вытеснении из страны основного этноса в угоду именно крупному капиталу. Правительству наплевать на людей, на экологию и национальную культуру. Естественно, люди протестуют; Рост национализма является “вполне естественным общемировым процессом”, поскольку политика мультикультурности и толерантности себя исчерпала. Контролировать деятельность ультраправых вряд ли возможно, но направить их в нужное русло вполне реально; Каждый имеет право защищать свою национальную культуру, критиковать глобализацию, требовать соблюдения законности государством»* (<http://www.sova-center.ru> 15.11.2011).

Русский марш – один из видов протеста россиян

«Русский марш – ежегодные шествия и митинги представителей русских националистических организаций и движений в различных городах России и стран СНГ» (из русской Википедии).

Большой резонанс в последние годы вызвали в СМИ и в обществе так называемые «Русские марши» и особенно подготовка к ним и их последствия. Эти марши были приурочены ко Дню народного единства 4 ноября. Активно реагировали на них представители разных общественных позиций – как нейтральные наблюдатели, так и правозащитники. И сообщали об этом также издания разной идеологической направленности. И хотя Следственный комитет перед акцией 2011 г. фактически отстранил от «Русского марша» его главного организатора – лидера движения «Русские» и экс-главу запрещенной организации «Славянский союз» Д. Демушкина, это шествие все же состоялось (МК. 01.11.2011).

- ...4 ноября, в День народного единства, по московской улице Перерва часа два без перерыва шли участники очередного «Русского марша» – не менее 7 тысяч человек. В центр их не пустили городские власти, и на то были причины. Над головами демонстрантов (в подавляющем большинстве – молодых людей и школьников-подростков) колыхались черно-желто-белые флаги – имперские символы позапрошлого века. Окрестности оглашались криками: «Слава Руси!», «Россия!», «Россия – для русских!», «Хватит кормить Кавказ!»... Участники «марша» вскидывали руки в нацистском приветствии, танцевали и распевали куплеты, например, такие: «Если в кране нет воды, воду выпили жида». Замыкали шествие откровенные нацисты, которые маршировали под флагом дивизии СС «Мертвая голова». «Русские марши» прошли также в Нижнем Новгороде, Казани, Перми и ряде других городов. Наиболее многочисленным из «немосковских» мероприятий стало сборище в Петербурге – там собралось около 1 тысячи демонстрантов (Коммерсант. 07.11.2011).

- ...Националисты и нацисты на «Русском марше» – картина, прямо скажем, не новая. Год назад в Москве они шли там же, в Люблино, выкрикивая лозунги: «Россия для русских! Москва для москвичей!» и «Мы построим белый рай! Зиг хайль! Зиг хайль!» (Коммерсант. 08.11.2010). Правоохранители на это, как и сейчас, никак не реагировали (МБПЧ. 15.11.2011)¹²; На этот раз власти и правоохранные органы хорошо подготовились к «Русскому маршу». Впрочем, без инцидентов не обошлось – на станции метро «Волжская» около десятка коротко стриженных молодых людей выгнали из вагона и погнали по платформе человека с азиатской внешностью и ударили его в живот, но вмешательство полиции предотвратило худшие последствия. Еще одна потасовка с участием националистически настроенных молодчиков произошла на платформе станции «Пролетарская»... В этом году звучали прежние резкие шовинистические лозунги, которым сопутствовали оскорбительные речевки, направленные против нынешних российских властей (<http://pravorf.org/index.php/news/354-news-mbhr-statement-aggressive-kseno-201>).



Фотографии русских маршей

(<http://forum.inosmi.ru/showthr>; <http://samlib.ru/img/s/simonenkov>)

Авторы некоторых газетных и интернет-изданий пытаются иронизировать и высмеивать выступление участников «Русского марша»:

- *Прошедший «Русский марш» оказался мероприятием провальным... Ну кто теперь поверит, что с националистами можно договариваться? Кто поверит, что в России есть вменяемое, организованное националистическое движение? Достойное, как во многих европейских странах, быть представленным в парламенте?... Националистические лозунги в предвыборную кампанию взяли на вооружение все партии. «Марш» – это неплохой для властей способ снизить накал страстей в обществе. Ну, поорала толпа о своей ненависти к кавказцам. Нетолерантненько, конечно, перед Западом стыдно. Зато, глядишь, новой «Манежки» не будет (Попов Д. «Русский марш» против националистов. МК. 07.11.2011).*

- *Редкий случай: совпали наши настроения с европейскими. У нас на улицах кричат: «Хватит кормить Кавказ!», а в Германии и других северных странах континента звучит: «Хватит кормить Грецию!». Но на лозунгах сходство и заканчивается... Все понимают: федеральная власть большими деньгами откупается от неприятностей, откладывая на потом решение крайне болезненных кавказских проблем... (Млечин Л. «Русский марш», бессмысленный и беспощадный. МК. 08.11.2011).*

- *Сегодня радикальные националисты проведут в Москве «Русский марш», а «умеренные», в лице представителей КРО и его основателя Д. Rogozina – «круглый стол» с «Единой Россией»... Д. Rogozin призвал единомышленников: «Хватит мерзнуть на “Русских маршах”! Пора перебираться в кабинеты». Похоже, это не просто противовес выходу радикалов на улицы, а очередная попытка перевести проблему межнациональных отношений в цивилизованное русло... О том, что КРО будет сотрудничать с «медведями», было объявлено на съезде Конгресса 21 сентября, КРО подготовил текст «наказа», который будет передан единороссам (Галимова Н. Националистам готовят кабинеты. МК. 04.11.2011).*



Русские марши и акции солидарности с ними прошли во многих городах России
(<http://joker.vhabare.ru/other/>)

В пик «Русскому маршу» власти подготовили и свою акцию. Движение «Наши» провело свой, **межнациональный** (В.М.) «Русский марш». Так, по словам журналистки МК, молодежь отпраздновала День народного единства: *«Праздничные мероприятия, посвященные Дню народного единства, прошли в эти выходные в Москве. Самым массовым из них уже третий год подряд стал “Русский марш” движения “Наши”, собравший 15 тысяч молодых людей различных национальностей...»*. По словам организаторов, смысл акции – *«в объединении народов России, в поддержке идеи единства народов России, вне зависимости от национальности»*. Их лозунги: *«Пока мы едины – мы непобедимы!», «Русский марш!», «Россия – многонациональная страна. В ней живет огромное количество народов. И чем больше на территории нашей страны разных людей, тем больше земли, богаче культура, разнообразнее наша жизнь»* (О. Рахимджанова. МК. 07.11.2011).

Примерно так освещались в российских СМИ мирные, но довольно тревожные события, связанные с выступлениями русских россиян (заметим – и не только русских!) – десятков тысяч обычных граждан, считающих, что их дискриминируют в собственной стране, что их этническую культуру и другие ценности предадут забвению, что их этнические интересы не принимают во внимание на самом высоком уровне, а земли заселяют «чужими» людьми... А всего-то, эти демонстранты, как и все другие россияне, просто хотят спокойно жить в своей стране. Некоторые политологи, смотря со стороны на «русские марши», задаются вопросом: а не возрождается ли в России нацизм? Не скрываются ли здесь растущие проблемы национализма в самой Москве? – Публикация под таким названием была перепечатана на одном из сайтов (Русский марш. Возрождается ли в России нацизм? <http://www.inosmi.ru/social/20101107/>).

Несомненно, среди участников маршей были и те, кого причисляют к «агрессивным националистам», к экстремистам и ксенофобам. Об этом свидетельствуют некоторые лозунги и призывы, с которыми шли участники протестов, упреки «антирусской» политике властей, требования «русской» власти и «свободной России». В Интернете появились сообщения, что сотрудники полиции выражали недовольство закрытыми лицами участников митинга, разжиганием файеров и стрельбой из ракетниц, стычкой националистов и антифашистов у станции метро «Третьяковская»

(<http://chel.dkvartal.ru/news/russkij-marsh-v-rossii>). Но абсолютное большинство участников марша просто показали властям и себе самим, что их – равнодушных к своей стране очень много, и вместе они – немалая сила. Вместе они способны защитить свое этнонациональное достоинство, свои гражданские и человеческие права, которые, несомненно, должны приниматься во внимание властями страны.

Вместе с тем, многие вопросы по поводу развития миграционных процессов в России остаются нерешенными. В частности, аналитиков и все общество волнует вопрос: грозят ли Москве погромы? Эксперты подчеркивают, что немалая часть приезжих явно не собирается ассимилироваться, перенимать традиции и культуру поведения коренных жителей. Как показывают наши исследования «этнических газет», и азербайджанские, и киргизские, и таджикские, и другие диаспорные элиты ведут усиленную работу со своими земляками о том, чтобы они, находясь в России, не забывали о своих исторических корнях, о странах своего исхода и всячески помогали им (Малькова 2011). В нашем обществе и в СМИ обсуждаются по этому поводу тревожащие всех вопросы: о двойной лояльности приезжих, о возможном формировании в России «пятой колонны», о том, может ли обостряющаяся с каждым годом межэтническая ситуация в скором будущем привести к стычкам на национальной почве? И действительно, суждений на эту тему в прессе было немало. Оптимистично настроенные аналитики, наоборот, заявляют, что, «...если в Париже сожгли сотни машин, это не значит, что завтра машины запылают в Москве. У нас обстановка более спокойная, чем в европейских столицах», – так считает, например, академик В.А. Тишков (Тишков 2011).

Редакция газеты «Новые Известия» поддержала дискуссию общества о рисках XXI века. «...Погромы, аналогичные случившимся на прошлой неделе в Лондоне, могут произойти и в Москве», – убеждена географ О. Вендина. По ее словам, российская столица разделяется на элитные жилые комплексы для богатых и «новые коммуналки», в которые превращаются квартиры, снимаемые мигрантами в спальных окраинах. Самые недовольные в Москве – бедные люди, чьи проблемы не решаются, и кто винит в этом таких же бедных людей другой национальности. Именно с таких этнотерриторий нередко начинаются волнения, подобные недавним массовым беспорядкам, устроенным национальными меньшинствами в Париже (НИ. 15.08.2011). Об этой же проблеме говорили и журналисты в разных московских изданиях: «Журналистская работа предполагает частые поездки по Москве, и невооруженным взглядом вижу, как растет градус национальной нетерпимости по мере приближения к самым “дешевым” районам города, где оседают наименее платежеспособные мигранты из Азии и Кавказа.... Наиболее дешевый Юго-Восток (Текстильщики, Кузьминки, Капотня или Выхино) стал территорией активного каждодневного соприкосновения коренного населения с выходцами с юга. Здесь медленно вызревает непривычная для москвичей двухобщинная структура общества: “коренные москвичи” и “южане”» (Трифонов А. Националисты городских окраин. АН. 20.01.2011).

И по этому поводу в прессе время от времени появляются советы – как исправить тревожную ситуацию с миграцией в Москве и стране: «Россия нуждается не только

в стремительном выдворении тех, кто находится здесь незаконно (вообще-то это нормально), но и в максимально быстром обеспечении мигрантов элементарными социальными благами... Позволить себе быть многонациональным государством может страна, которая не просто завозит и позволяет завозить вагонами иностранных граждан без прописки, медицинских полисов, прав и, в конечном итоге, обязанностей, но в качестве государственной идеологии делает ставку на новый империализм... У нас должна происходить русификация, конечно, не татар, башкир и чеченцев, а тех национальностей, которые уже не имеют своих национальных образований в России. ... Спустя 10 или 15 лет мы получим граждан России, а не банды этнических полубомжей...» (Прилепин З. Гастарбайтеров надо усыновлять. НГ. 29.05.2011).

Журналисты поднимают вопрос и о возможности террористических акций в Московском регионе, о вероятности социальных взрывов, погромов и бунтов. Конечно, это не способствует успокоению общества. Но не замечать этой опасности пресса тоже не может. *«...Вот уже вторую неделю телефон доверия ФСБ разрывается от тревожных звонков. Сообщения о заложенных бомбах, подозрительных женщинах в хиджабах следуют одно за другим. Дня не проходит, чтобы и газеты не сообщали о выехавших в Москву террористах. ...Одна из версий: продажные полицаи сеют панику... Но все же, дыма без огня не бывает.... За убитых спецслужбами террористов-смертников попытаются отомстить их уцелевшие подельники... Бессильную ярость террористы вымещают на ни в чем неповинных обывателях»* – это цитата из одной апрельской публикации (2011 г.) газеты «Аргументы недели», которая называется «Почему не взрывают Рублевку? Российские спецслужбы в ожидании новых терактов». На этой почве в СМИ тоже появляется немало слухов и мифов. Так, отвечая на вопрос, поставленный в заголовке статьи, аналитики, связанные с этим изданием, рассказывают: *«... Между террористами и нашими миллиардерами заключен негласный “пакт о ненападении”. По данным спецслужб, основное финансирование бандитского подполья уже давно идет из России, а не из-за бугра. Не трогают богачей и на Кавказе. Уже не секрет, что многие из них платят дань боевикам. ... И не спасут нас тогда ни неработающие видеокамеры во дворах, ни вечно звенящие рамки металлоискателей на вокзалах, ни худящие солдатики из дивизии Дзержинского, что околачиваются пятерками в метро. У нас нет никакой, даже административной границы с Северным Кавказом... Ни паспортного, ни таможенного контроля. Езжай – кто хочешь. Вези – что хочешь. ... Вот и едут. Вот и везут. Пока что – пояса смертников»* (Кондрашев А. Почему не взрывают Рублевку? АН. 07.04.2011).

* * *

Рассматривая этнополитическую ситуацию в современной Москве и «тревожные звонки» в информационном пространстве, можно было бы добавить еще немало наблюдений о других сюжетах, которые вызывают сильное раздражение москвичей

и других россиян и усугубляют общественную нестабильность. Это, например, заметно негативный образ российской власти, который создают и культивируют в последнее время многие СМИ, это образ страны, которая стала в информационном пространстве «мачехой-родиной» и из которой, *миллионами уезжают и бегут лучшие люди*, а их заменяют неквалифицированными «рабами». Можно было бы рассмотреть многочисленные предложения и советы, которые дают представители разных общественных групп и партий по изменению российской ситуации. Но рамки данной работы уже не позволяют это сделать, хотя события развиваются очень динамично.

¹ Методика для проведения контент-анализа этнически окрашенной информации прессы («Формуляр») была разработана автором еще в 1970-е годы и постоянно корректировалась и совершенствовалась. Она также успешно используется другими исследователями и неоднократно описана в ряде наших работ. См., например: Малькова 2004 и др.

² Все эти и многие другие выражения из газетных публикаций были выявлены нами в исследованиях московской и российской прессы. См. подробнее: Малькова 2007.

³ URL: business-class.su/article.php?id=20595 (26.09.2011).

⁴ См. выступление Председателя Конституционного Суда РФ В.Д. Зорькина на Международном политическом форуме в Ярославле 7 сентября 2011 г. (Зорькин 2011).

⁵ Цитируются материалы сайта <http://antirasizm.ru>.

⁶ Вести.RU. 16.03.2011. Цит. по: URL: <http://news.rambler.ru/>

⁷ См. примеч. 5.

⁸ Данные взяты с сайта Московского Бюро по правам человека (МБПЧ) 15.11.2011.

⁹ Подробнее см.: Малькова, Тишков 2002; Малькова 2002: 145–161 и др.

¹⁰ Этому явлению мы посвятили специальный раздел в книге: Малькова 2011.

¹¹ См. примеч. 12.

¹² См. примеч. 5.

МИГРАНТЫ, ДИАСПОРЫ И ИНТЕРНЕТ¹

Одним из заметных мировых общественных явлений последних десятилетий стало беспрецедентное повышение миграционной активности людей. Наши современники наблюдают огромные человеческие потоки, передвигающиеся преимущественно с юга на север Европейского, Азиатского, Африканского и Американского континентов. Среди мигрантов, пересекающих зачастую без особых препятствий границы многих стран, есть люди, бегущие от военных действий (беженцы), люди, ищущие работу и нормальных заработков (трудовые мигранты), политические беженцы, космополиты, авантюристы разных мастей. Все они отправляются в рискованные путешествия в поисках лучшей жизни. Некоторые страны и их правительства и в Европе, и на Американском континенте по-разному противостоят потокам мигрантов – строят заграждения и огромные стены с колючей проволокой, призывают на помощь полицию и даже армейские силы. В экспертном сообществе звучат слова о серьезном «мировом миграционном кризисе», обсуждаются вопросы о новом состоянии общества, в частности – о все «увеличивающейся его текучести». Исследователи этого феномена отмечают «глобальную тенденцию перемещения населения», подчеркивают «чрезвычайную вариативность процессов миграции». И индивиды, по мнению некоторых аналитиков, теперь должны приспосабливаться к новым условиям, должны принимать нестабильность как данность, должны стремиться отыскать в этом мире островки стабильности для себя (Черныш 2018: 3). Внимание мировой общественности привлек один из недавних случаев, сопровождаемых громкими медийными сообщениями (октябрь–ноябрь 2018 г.): на США из центральноамериканских стран двинулся караван из тысяч мигрантов. Информационные агентства сообщали, что «...движение, названное “маршем мигрантов”, не стихийно – у него есть организаторы. Гватемальская полиция не смогла остановить гондурасцев, цель которых – попасть в США или попросить убежища у мексиканских властей»². «Ненужные люди, беженцы, нищие и обездоленные, ...ужасные головорезы и бандиты», – так называют этих людей в американских и других СМИ³. «Марш мигрантов» в США вызвал большой резонанс в мире. К слову сказать, спустя две недели с начала марша, интернет-поисковик Яндекс (по нашим данным) фиксировал уже 2379 запросов о «караване мигрантов», пытающихся попасть в богатую американскую жизнь. Интернет переполнен фотографиями мигрантов, штурмующих лагеря беженцев и в европейских странах, мигрантов, нередко конфликтующих и между собой, требующих внимания от принимающей стороны, которая далеко не всегда хочет и имеет возможность принять большие массы новых жителей. Эксперты замечают, что «посадка в европейский состав новых пассажиров, по большому счету уже окончена, а гостеприимные европейские двери закрываются» (Стародубцев 2019).

И в самом деле, для принимающих стран большие группы новых переселенцев создают много проблем, внося заметные изменения в уже устроенную и тоже не беспроблемную жизнь местного населения. Повсюду в обществе нарастают антимигрантские настроения, рост ксенофобии, неприятие, а порой и активное противостояние «им», чужим для «нас» людям. И это понятно: при массовых переселениях людей из других территорий речь идет не только о больших социально-экономических издержках для принимающих стран, но и о столкновении разных культур, религий, менталитетов, образов жизни. Все это, еще и при помощи провокаторов, создает почву для социальных и межэтнических конфликтов, которые, несмотря на попытки

властей и правозащитников призвать население к толерантности, к милосердию, к взаимопомощи и гуманизму, нередко приводят людей к массовым противостояниям. В большинстве случаев общественная напряженность между старожилами и новыми поселенцами сохраняется надолго, хотя и не всегда проявляется открыто.

Все эти явления в разных странах давно изучаются экспертным сообществом, но ситуация с миграционными процессами динамична и почти каждый день меняется. Аналитики многих специальностей и направлений рассматривают социально-экономические, демографические, культурно-психологические, а также политические, криминальные и другие последствия для условных «нас» – принимающей стороны и для «них» – для новых жителей. Во многих странах о проблемах местных жителей и мигрантов, об их нормальном или конфликтном взаимодействии проводятся социологические и другие научные исследования, об их судьбах и адаптации снимаются документальные и художественные фильмы, создаются литературные произведения, пишутся песни. И, естественно, всеми этими проблемами очень активно интересуются журналисты и многочисленные медиаканалы, для которых тема миграции также представляется не просто актуальным и тревожным, но и порой сенсационным новостным поводом. Деятельность СМИ по освещению миграционных процессов и проблем, связанных с ними, также разносторонне исследуется, в том числе и нами, причем, отмечается не только позитивная, но и во многом деструктивная роль этих информационных каналов в нагнетании общественной напряженности, в формировании массовых предрассудков против мигрантов⁴.

Актуальные фото о мигрантах из Интернета



Мигранты из Гондураса движутся в США

<http://rvs.su/sites/default/files/>



США готовятся к встрече с караваном мигрантов

<https://cdn.tvc.ru/pictures/>



<https://ic.pics.livejournal.com/>



<http://breaking911.com/wp-content/>

В нашей стране процессам миграции и самим мигрантам уделяется немалое внимание, в том числе – на государственном уровне. В последние годы рассматриваются

правила постановки на учет и меры упрощения процедуры аннулирования регистрации граждан других государств, темы пенсионного обеспечения мигрантов, проблемы образования и медицинского обслуживания для их семей. А в конце октября 2018 г. Президент России подписал указ о новой концепции миграционной политики в стране. В документе рассказывается о текущем содержании миграционной политики в России, намечаются цели и задачи, которые необходимо решить до 2025 г. в этой области, а также основные механизмы их решения⁵. Каково значение этого документа для жизни заинтересованных сторон пока остается неясным, хотя уже и ранее аналитики отмечали, что «целью внешней миграционной политики является “перенос” издержек по интеграции мигрантов из России за ее пределы, а наиболее результативным инструментом ее достижения может быть переход от пассивной фиксации миграции к активному воздействию на миграционные потоки путем влияния на их масштабы и структуру, исходя из национальных интересов страны» (Рязанцев 2018: 105).

Тем временем в российском общественном пространстве уже много лет ведется дискуссия о пользе мигрантов для нашей страны. В частности, ставится вопрос: принимая массы людей иных культур, не теряем ли мы этнокультурное лицо своей нации?⁶ В СМИ звучат заявления о том, что мигранты создают иллюзию помощи, что их деятельность идет на пользу лишь дельцам и коррупционерам, что в стране происходит постепенное замещение старожильческих кадров чужими приезжими рабочими, хотя и своих безработных хватает, что многие мигранты являются источником этнического криминала, создают большие неудобства местным жителям в социальной сфере, неоправданно стягиваются в крупные города и перенаселенные районы... Аналитики и чиновники отмечают, что в стране функционирует многоуровневый теневой рынок посреднических услуг, легализирующих иностранцев⁷. Судя по многим сообщениям прессы, общественность очень тревожит и появление на нашей земле новых моноэтнических мигрантских поселений (в Тульской, Орловской и других областях)⁸. Все это и многое другое вызывает дополнительную общественную напряженность и негативное отношение к мигрантам, несмотря на принимаемые государством меры. Поэтому, даже спустя почти три десятилетия после начала массового притока мигрантов в Россию, эта проблема в России остается актуальной и не уходит из общественного внимания.

В общественном пространстве встречается немало предложений о наведении порядка в сфере миграционной политики. Самое кардинальное – запретить «чужим» въезд в страну, создать в разных регионах страны спецприемники для нелегальных мигрантов, устанавливать квоты для различных категорий мигрантов и т.д. СМИ сообщают, что в ряде российских республик уже принимаются свои меры по ограничению трудовой деятельности мигрантов: в Саха Якутии повышается стоимость патентов на работу, устанавливается запрет на привлечение мигрантов в сферу строительства, транспорта, добычи полезных ископаемых, образования, сельского хозяйства и здравоохранения; в Новосибирске иностранцы с трудовыми патентами теперь не могут работать в рыночных киосках и торговых палатках, где готовят пищу, не могут готовить и продавать фастфуд из машин, предоставлять клиентам места в детские лагеря во время каникул; в Бурятии также введены новые правила получения патентов, направленные на ограничение прав при приеме на работу⁹. Эксперты предлагают и другие меры – разбить локализацию культуры, этническую замкнутость и

снять также излишнюю актуализацию национальной идентичности мигрантов, представителей этнических меньшинств и старожильческого населения... В дискуссиях профессионалов и публицистов звучат предложения о необходимости постепенно перенести «центр тяжести» с этнического самосознания на формирование гражданской и региональной идентичности. Наблюдатели бьют тревогу, отмечая, что миграция в нашу страну избыточна, и даже предсказывают возможность «этнического майдана». Но чиновники, занимающиеся в стране проблемами миграции, далеко не всегда прислушиваются к предложениям и предостережениям.

* * *

Одной из форм мирного сосуществования разных этнических сообществ стали в нашей стране национально-культурные образования. Поскольку миграционные процессы идут уже не одно десятилетие, с приездом инокультурных жителей в новых местах стали образовываться определенные социальные институты, помогающие, а порой и препятствующие принятию мигрантов. Со стороны местных властных и общественных организаций, и чаще со стороны самих мигрантов эти новообразования способствуют внедрению, обустройству земляков, их интеграции и адаптации на новом месте. Неорганизованные группы переселенцев-мигрантов с помощью выдвинувшихся этнических предпринимателей или активистов постепенно оформляются в отдельные этнические сообщества, юридически фиксируются на определенной территории под разными названиями: как этнокультурные автономии, как благотворительные или культурно-просветительные фонды, союзы, содружества соотечественников или землячеств (Малькова 2011).

Правоохранительные органы и журналисты, а вслед за ними и обычные граждане для простоты понимания стали называть такие сообщества «диаспорами», что быстро закрепились в массовом сознании. Таким образом, на многих российских территориях, преимущественно в городах, а затем и в некоторых сельских поселениях, появились и закрепились новые для местного населения этнические сообщества-диаспоры, многогранная и активная деятельность которых на рубеже XX и XXI в. очень беспокоила и жителей, и журналистов, и власти. Инициативные этнические лидеры требовали от местных властей решать проблемы с обустройством мигрантов и предоставлением им работы, ждали помощи в изучении русского языка, в получении образования, в решении проблем здравоохранения, претендовали на свое отдельное участие в общественной и даже в политической жизни регионов. Пресса уже не раз обращала внимание на роль лидеров и активистов этнических сообществ, которые нередко бывают «недоговороспособны» с местным населением, выставляя завышенные требования¹⁰. Поэтому решение вопроса об интеграции приезжих в местное сообщество далеко не всегда бывает успешным. Аналитики замечают, что распространенная ранее индивидуальная интеграция мигрантов в принимающее сообщество теперь все больше заменяется коллективной (Кондратьева 2010).

В связи с этим роль диаспор в любой стране становится особенно важной. Академик В.А. Тишков в своем знаменитом труде «Реквием по этносу», в главе, посвященной теории и политике диаспор, пишет, что одной из многочисленных и важных черт диаспоры «является убеждение, что ее члены должны коллективно служить сохранению и восстановлению своей первоначальной родины, ее процветанию и безопасности» (Тишков 2003: 446). Таким образом, можно видеть, что диаспоры или пришлые инокультурные этнические сообщества, самоорганизуясь, далеко не всегда

способствуют интеграции своих членов в новую среду. Именно так было, например, с известной общероссийской организацией азербайджанцев (Всероссийский Азербайджанский Конгресс, ВАК), идеологи которой всеми способами внедряли, в том числе и через свои медийные каналы, эту идею в сознание своих соплеменников, проживающих и работающих в России. В результате становится очевидным возрастающее воздействие диаспор не только на внутреннюю, но и на внешнюю политику принимающих стран, чего не могут не замечать современные аналитики (Кондратьева 2010).

Однако слово «диаспора», употребляемое населением и журналистами в медийном пространстве и в обыденной жизни, вызывает резкие возражения большинства ученых, издавна считавших, что это понятие во многих случаях неуместно, говорят о неаккуратном употреблении этого термина (Тишков 2003, Чешко 2017). Действительно, само понятие «диаспора» до сих пор не имеет четкого определения. В.А. Тишков считает, что «...употребляемое хрестоматийное понятие “диаспора” достаточно условно, малоудовлетворительно и имеет ряд серьезных недостатков» (Тишков 2003: 431). Он возражает против слишком расширенного понимания этого термина, указывая, что этим словом часто объединяют экспатриантов, беженцев, гастарбайтеров и даже старожильское население (Там же. С. 475). Многие исследователи этого феномена соглашаются, что понятие «диаспора» можно применять лишь к относительно устойчивой части этносов, оказавшейся по разным причинам за пределами своей «материнской» страны, к общности, сохраняющей и целенаправленно поддерживающей свою этническую идентичность, нередко – и этнический язык, религию и образ жизни. И наоборот, по мнению ряда ученых, граждане разной национальности, образовавшие свое этническое сообщество, хотя и вдалеке от своего «этнического ядра», но в рамках своей страны, диаспорой не являются, так как они живут «у себя дома». Эти суждения, вполне приемлемые для спокойных времен, довольно трудно теперь принять безоговорочно, особенно после распада бывшего СССР и других больших полиэтничных федераций, когда миллионы жителей, считавшиеся согражданами, вдруг против своего желания превратились в «иностранцев», пополнив соответствующие этнические сообщества в чужой теперь для них стране.

Известно, что чаще всего жители из регионов, ранее составлявших общие государства, после разделов стремятся переехать в более успешные его части, в частности – в столичные города. Подобная ситуация сложилась и в нашей стране. Москва – столица России – всегда была полиэтничным городом, но пропорции представителей разных этнических групп по сравнению с русским населением на протяжении веков были примерно как один к девяти. А когда в город в конце XX в. нахлынули тысячные и даже миллионные потоки наших бывших сограждан из новых государств СНГ со своим этнокультурным своеобразием, они образовали по соседству с местным населением свои сообщества, которые и стали называть у нас диаспорами: азербайджанская, армянская, грузинская, таджикская, киргизская, украинская... Люди, которые на протяжении долгого времени являлись нашими согражданами, теперь стали «представителями этнических диаспор». Но казус в том, что под это название в обыденном восприятии и даже в медийных практиках попали и нынешние граждане России из российских республик или из так называемых «национальных регионов». Их реже, но все же порой также называют в СМИ диаспорами: чеченская диаспора, бурятская, тувинская, чувашская... И с этим возникает большая путаница. Кроме того,

в нашей стране издавна живут много армян, украинцев, грузин, евреев и других народов. Немалая их часть – исконные граждане России. Но в последние десятилетия к ним в большом количестве добавились их этнические сородичи с «исторической родины», образовав или расширив прежние этнические сообщества. Теперь в этих сообществах целенаправленно поддерживается и культивируется общее для земляков этническое самосознание, родной национальный язык, своя знакомая с детства культура, ее члены заметно помогают друг другу в социальном продвижении. Перед некоторыми российскими гражданами, ранее не очень обращавшими внимание на свою национальность, теперь встают важные для их жизни вопросы: как быть – отдельно от «своих этнических сородичей» или быть с ними во всем солидарными? Особенно тяжело это решить членам этнических сообществ в периоды осложнения межэтнических отношений и конфликтов, их супругам и детям из межнациональных семей – к кому присоединиться, как сочетать свое этническое и российское самосознание?

Фото из Интернета о зарубежных диаспорах в России



Армянская диаспора
<http://www.hayweb.ru/uploads/posts/>



Грузинская диаспора
<https://scontent.fhel6-1.fna.fbcdn.net/>



Азербайджанская диаспора.
<https://scontent.fhel6-1.fna.fbcdn.net/>

Названия интернет-публикаций о диаспорах в России

Чувашская диаспора Урала чтит традиции своего народа
<http://www.chgtrk.ru/news/17.10.2018>

Якутская диаспора в Москве отметила в «Коломенском» Ысыях.
<http://news.ykt.ru/mobile/11.06.2018>

Томские партийцы поздравили представителей **бурятской диаспоры** с праздником белого месяца – Сагаалганом
http://kaprf.ru/news/tomskie_19.02.2018

* * *

Оставляя пока в стороне рассуждения теоретиков о мигрантах и диаспорах, но не забывая о них, обратимся к нашему исследованию. Мы попытаемся увидеть и понять актуальность и важность проблемы, связанной с появлением в стране новых этнических (мигрантских) сообществ, а также беспокойство и озабоченность людей этими явлениями в разных регионах нашей страны и мира. На примере сравнительного исследования запросов интернет-пользователей Яндекса из разных регионов,

выясним степень их внимания к этим двум явлениям – **мигранты и диаспоры**. При этом, говоря о *мигрантах*, мы будем иметь в виду людей, по разным причинам сменивших свое место жительства в одной стране (или национальном регионе) на другую страну (или национальный регион). Здесь речь идет о людях, переехавших на новое место самостоятельно или небольшими группами. Понятие *диаспоры* в данном случае будет изначально трактоваться как организованное сообщество людей, расселившихся более-менее компактно и юридически обоснованно в инокультурной для них среде – стране или национальном регионе и, во главе со своими лидерами, активно поддерживающими общее этнонациональное самосознание, свой язык, историко-культурные ценности и образ жизни. Таким образом, попытаемся выяснить – что представляется интернет-пользователям более важным – сам *процесс миграции* и переселенцы-мигранты с их личными мотивами и стратегиями, с проблемами для себя и для принимающих сообществ или *диаспоризация*, т.е. формирование и деятельность своих (или чужих) этнонациональных и земляческих сообществ, их устойчивость на новых, пока чужих для них территориях. Этот вопрос потянул за собой и многие другие: насколько эти предпочтения (*миграции или диаспоризации*) важны для интернет-пользователей из разных регионов в нашей стране, а также в странах ближнего и остального зарубежья?

В качестве источника мы использовали Яндекс-поисковик, его информация анализировалась дважды – 18 октября и 7 ноября 2018 г. после подписания Президентом РФ В. Путиным указа о новой миграционной концепции в стране. Заметим, что использовались не абсолютные данные, хотя и они интересны, а специальный *индекс интереса* (affinitive index), рассчитанный службой Яндекс автоматически (wordstat) по запросам ключевых слов. Индекс интереса, согласно задумке его создателей, играет серьезную роль в маркетинге, то есть, в одном из механизмов рыночного управления. Маркетинг, как известно, направлен на изучение рынка и конкретных запросов потребителей. Этот процесс, связанный с извлечением прибыли, помогает выявлять потребность потенциальных покупателей в определенном продукте¹¹. Мы решили впервые использовать индекс интереса как показатель внимания (и беспокойства?) интернет-пользователей к процессам миграции и диаспоризации. С его помощью можно оценить величину, интенсивность и объем этих потребностей-запросов в разных регионах, а также их динамику, в известной мере прогнозировать, а впоследствии (по возможности) корректировать их, например, стимулируя или приостанавливая миграционные потоки в разные регионы страны. С помощью углубленного анализа запросов интернет-пользователей можно выявить и определить основные группы авторов запросов из разных регионов и изучить их цели, рассмотреть направленность интереса к мигрантам и диаспорам – внутренний интерес, экспортный, импортный, международный. По регионам можно выявить и знак интереса к этим явлениям – отрицательный или положительный, изучить регулярность запросов и их колебания в разные времена года, в каникулы, праздничные дни, а также в период резонансных социально-политических и социально-экономических событий.

Значимым индексом заинтересованности конкретным «продуктом» для «продавцов» считается отметка 100%, если ниже – это недостаточный уровень интереса, а выше 100% – это повышенный уровень. Подобный подход мы приняли и в отношении к нашим двум условным «продуктам» – мигрантам и диаспорам. Бесспорным плюсом данного источника является информация о количестве запросов пользовате-

лей из разных уголков нашей страны и остального мира за определенный период времени. Примерно зная сложившуюся на конец 2018 г. миграционную ситуацию в разных регионах, можно проследить – насколько соответствуют ей запросы пользователей и попытаться найти закономерности ее развития. Для выяснения некоторых указанных выше вопросов мы обратились к информации о четырех группах интернет-пользователей:

- 1) пользователи из городов и областей России;
- 2) из конкретных республик России;
- 3) из бывших союзных республик;
- 4) из дальних зарубежных стран.

Прежде всего нас заинтересовал вопрос – кто эти люди, обращающиеся из множества регионов нашей и других стран в Яндекс-поисковик (русскоязычный!) с запросами о мигрантах и диаспорах? Кого волнует (интересует) ситуация с мигрантами в разных городах и регионах, если они обращаются за поиском информации в Интернет? Ответ напрашивается следующий – этими проблемами могут интересоваться: 1) сами переселенцы-мигранты и их функционеры, которые уже переехали на новое место жительства; 2) потенциальные мигранты и этнические активисты из других регионов; 3) представители принимающего экспертного сообщества – ученые, политики, экономисты, чиновники, журналисты и другие; 4) иные местные жители, которых тревожат или радуют появившиеся и растущие в конкретных регионах миграционные сообщества. У каждой из этих неравнодушных к миграции групп интернет-пользователей свои мотивы и свои интересы. Рассмотрим полученные нами материалы по выделенным группам.

Интерес к мигрантам и диаспорам у интернет-пользователей из российских регионов

МИГРАНТЫ. Яндекс-поисковик позволяет точно выделить некоторые территории, где особенно повышен интерес интернет-пользователей к проблемам миграции (табл. 1). В целом в России в сентябре–октябре 2018 г. интерес к проблемам миграции у граждан, владеющих Интернетом, оказался достаточно значимым и высоким – 99%. Однако по российским регионам диапазон между незначимым и высоким интересом очень заметный. Выделяются территории, где пользователи проявляют к этому явлению самый большой интерес. Это вполне предсказуемо – наиболее благополучные в экономическом отношении российские территории: столичный регион, Петербург и его область, Калужская область, Сургут, Ханты-Мансийск и некоторые другие. Среди них явно заметны многие города Подмосковья, откуда поступает огромное число запросов. Эти более-менее благополучные российские территории притягивают к себе потоки внешних (иностраннных) и внутренних переселенцев, стремящихся к улучшению своей жизни. Но это порождает и большие проблемы. Поэтому опять становится актуальным вопрос: кто же из жителей этих населенных пунктов является авторами запросов о мигрантах – сами мигранты или старожилы?

ДИАСПОРЫ. Что касается такого ключевого слова-явления как «диаспоры», то интерес к нему со стороны интернет-пользователей оказался для нас не совсем понятным (табл. 1). Согласно индексу внимания, в целом по России он оказался ниже условно значимого – 95%. И одновременно довольно высоким в Москве, а также в Петербурге и Ленинградской области и заметно более высоким в областях газо- и

нефтедобывающих – в Сургуте, Тюменской области, в Норильске и Нефтеюганске. В других районах, где также сосредоточены большие группы мигрантов (например, в том же Подмосковье), интерес к понятию «диаспоры» оказался незначительным. Отметим, что, например, в Петербурге и области люди заметно больше интересуются проблемами мигрантов, но значительно реже – проблемами диаспор (153% и 102%), а, например, в Югре им интересны и мигранты (140%), и диаспоры (165%).

Таким образом, можно отметить, что для интернет-пользователей, запрашивающих в Яндексе информацию об этих двух явлениях, существуют и оказались важными определенные их различия. Однако пока не ясно для кого они важны – для самих, уже переселившихся мигрантов и их функционеров, или для уже живущих здесь, но неудовлетворенных своей судьбой, а значит – опять потенциальных мигрантов, или для встревоженных местных жителей, или для экспертного сообщества – для исследователей, журналистов, правоохранителей, властей? А может, для нелегальных мигрантов, которым легче укрыться в диаспоре?

К сожалению, данный источник не дает возможности выяснить, какова направленность интереса людей к поиску интернет-информации о мигрантах и диаспорах – позитив или негатив. Можно предположить, что повышенный интерес к диаспорам в некоторых регионах связан с их активной диаспорной деятельностью или многочисленностью самого сообщества. Деятельность может быть любой – от благотворительной до криминальной, а может быть связана и с известными этническими личностями, с лидерами и активистами. Пониженный интерес может означать незначимость и незаметность активности конкретного этнического сообщества как целостного организма в конкретном месте. Но невнимание к диаспорам не мешает в этом месте интересу и вниманию к мигрантам.

Таблица 1

Индекс интереса интернет-пользователей некоторых российских регионов к проблемам мигрантов и диаспор (%)

Россия и ее некоторые регионы	Мигранты	Диаспоры
Россия	99	95
Москва и область	150	110
Москва	–	118
Петербург и область	153	102
Югра	140	165
Калужская обл.	186	66
Тюменская обл.	115	119
Пермь	85	88
Сургут	143	212
Архангельск	138	–
Подмосковные города – Одинцово, Балашиха, Люберцы, Мытищи	от 147 до 168 и от 137 до 177	–
Ханты-Мансийск	151	–
Камчатский край	131	–
Норильск	–	224
Нефтеюганск	–	237
Дубна	193(!)	–

Интерес к мигрантам и диаспорам у интернет-пользователей из российских республик

МИГРАНТЫ. В российских республиках интерес к мигрантам, по данным Яндекса, оказался очень невысоким: от 40% в Бурятии и 44% в Чувашии – до 87% в Калмыкии и 101% в Ингушетии (табл. 2). Из этого можно сделать вывод – проблема притока инокультурных мигрантов в российские республики для ее жителей осенью 2018 г. не была актуальной.

ДИАСПОРЫ. Однако поведение интернет-пользователей, обращающихся из республик в поисковую систему со словом «диаспоры», ломает этот вывод (табл. 2). Из большинства республик явление-слово «диаспоры» было запрошено в Яндекс-поисковике во много раз чаще, чем явление-слово «мигранты». Если, например, из Татарстана запросы на оба эти понятия были сравнительно немногочисленны (и местных, и приезжих эти проблемы здесь не очень затрагивали), то из республик Северного Кавказа запросы о диаспорах в несколько раз превышали интерес к проблемам мигрантов (индекс интереса к диаспорам – от 145% в Адыгее – до 914% (!) в Калмыкии). Можно предположить, что этот интерес связан с сильными и традиционно сплоченными северокавказскими диаспорами, с более устойчивыми связями земляков-кавказцев между собой. Это заметно повышенное внимание к кавказским диаспорам, а не к разрозненным и самостоятельным мигрантам показывает не только большее уважение самих кавказцев к организованным общественным структурам, но и к их более активной деятельности в новых местах. Можно также предположить, что запросы на «диаспоры» посылали пользователи из соответствующих республик с целью прояснить ситуацию в «иных краях», чтобы затем присоединиться к своим сородичам. Однако и здесь есть исключения – не только представители северокавказских народов, но и жители Бурятии (130%), Тывы (120%), Чувашии (126%) также довольно часто запрашивают Яндекс о диаспорах (но не о мигрантах). Их этнические сообщества в центре России, как известно, также довольно деятельны (Малькова 2011). Но у жителей из республик Коми, Саха и Республики Алтай индекс интереса и к проблемам миграции, и к диаспорам оказался очень невысоким.

Таблица 2

**Индекс интереса к мигрантам и диаспорам у интернет-пользователей
из российских республик (%)**

	Мигранты	Диаспоры
Республика Татарстан	70	94
Республика Коми	39	49
Республика Северная Осетия – Алания	83	357
Республика Саха (Якутия)	76	80
Республика Бурятия	40	130
Республика Хакасия	57	134
Кабардино-Балкарская Республика	62	204
Чеченская республика	61	218
Республика Адыгея	71	145
Республика Калмыкия	87	914
Республика Алтай	82	53
Республика Ингушетия	101	330
Карачаево-Черкесская Республика	48	166
Республика Тыва	54	120

	Мигранты	Диаспоры
Республика Крым	–	106
Республика Дагестан	–	153
Чувашская Республика – Чувашия	–	126
Республика Мордовия	–	79
Республика Марий Эл	–	96
Республика Карелия	–	71

Интерес к мигрантам и диаспорам у интернет-пользователей из бывших союзных республик

Из многочисленных источников и наблюдений нам известны основные страны исхода мигрантов в постсоветскую Россию (страны Закавказья, Средней Азии, Молдова, Украина и др.), поэтому было бы интересно узнать и сравнить степень интереса резидентов этих экс-советских республик к данным проблемам и попытаться выявить корреляцию их запросов в Интернете с реальной ситуацией.

МИГРАНТЫ. Большой интерес представляют данные о внимании к проблеме миграции у жителей бывших советских республик (табл. 3). Как известно, именно отсюда в Россию направлялись в последние десятилетия массы трудовых мигрантов, беженцев и других переселенцев. И интерес населения этих новых стран к поездкам или к переселению в Россию довольно высок. Как показывает наш источник, самый высокий интерес к проблемам миграции оказался у интернет-пользователей из Грузии (272%), Туркмении (143%) и особенно из Киргизии (405%) и Таджикистана (996%). И это вполне соответствует той реальной миграционной ситуации, которую многие россияне наблюдают в своих городах и поселках в последние годы. В октябре 2018 г. меньше других «интересантов» оказалось в Армении (108%) и Молдове (112%), хотя и эти показатели внимания считаются повышенными.

ДИАСПОРЫ. Немалый интерес представляют и полученные данные о запросах интернет-пользователей из бывших союзных республик по поводу «диаспор» (табл. 3). Если слово «мигранты» было актуальным практически для всех республик (кроме Украины, Казахстана и Беларуси), то со словом «диаспоры» картина несколько иная. В Таджикистане индекс интереса к проблемам миграции достиг (по данным Яндекса) почти тысячи процентов. Однако слово «диаспора» пользователей из Таджикистана заинтересовало мало (47%). Для представителей этой среднеазиатской республики, как и для Узбекистана (отсюда запросов было несколько больше – 92%), понятие «диаспора» менее значимо, чем другие формы их коллективной организации. Это, например, традиционные махалля, родственные группы, аулы, откуда организованно приезжают трудовые мигранты и где для людей важнее уже давно сложившиеся дружеские и добрососедские отношения, взаимоуважение и взаимодействие в своей общине, чем в малознакомых официальных организациях (диаспорах). В Беларуси, как оказалось, интернет-пользователи Яндекса не очень интересуются и мигрантами, и диаспорами. Но в других республиках индекс внимания к диаспорам оказался очень значимым, в первой тройке оказались Армения, Молдова и Киргизия (375%, 266%, 215%). Как известно, армяне, молдаване и киргизы довольно широко в последние десятилетия расселились в российских регионах или приезжают туда временно. У представителей каждой этнической группы свои причины интересоваться диаспорами. Если армянская диаспора издавна находилась в России и всегда была довольно активной и сплоченной, то молдавская и киргизская диаспоры –

более молодые, растущие. Заметно повышенный интерес к проблемам диаспоры проявляют также из Украины, Азербайджана, Грузии. Но здесь у каждой группы – свои причины, нередко связанные с нарушениями их деятельности в России.

Таблица 3

Индекс интереса к мигрантам и диаспорам у интернет-пользователей из экс-советских республик (%)

	Мигранты	Диаспоры
Азербайджан	160	172
Таджикистан	996	47
Киргизия	405	215
Грузия	272	157
Молдова	112	266
Армения	108	375
Туркмения	143	104
Узбекистан	265	92
Украина	-44	175
Казахстан	-74	152
Беларусь	-49	58

Интерес к мигрантам и диаспорам у интернет-пользователей из других зарубежных стран

МИГРАНТЫ. Особенно впечатляют данные этого источника, отражающие интерес пользователей зарубежных (преимущественно европейских) стран к актуальной для них проблеме мигрантов (табл. 4). Практически во всех западноевропейских странах, кроме Болгарии и Польши, в которых также отмечен заметно повышенный интерес, уровень внимания жителей этих стран к мигрантам в 2018 г. был очень высок. Причем в Германии он достигал полутора тысяч процентов (!), а в отдельных ее территориях, например, «Свободное государство Бавария» и Мюнхен – индекс внимания превышал две с половиной тысячи процентов (!). И действительно, всем известно о массовом наплыве переселенцев из африканских и арабских стран в страны Европы в последние годы. Но терпению принимающего населения и там пришел конец. Как замечают по этому поводу политологи, *«объявленный европейцами “день открытых дверей” и добавка в европейский плавильный котел чужеродных ингредиентов – массовый приток беженцев из стран третьего мира, не только заставил по-новому взглянуть на универсальность европейских рецептов, но и начал раскачивать лодку ЕС изнутри»* (Стародубцев 2019). Именно в этих местах, как известно, в последние годы случались неприятные и громкие инциденты между местными жителями и переселенцами, о чем весь мир узнавал из медийных сообщений.

ДИАСПОРЫ. В самом деле, для жителей многих европейских стран обсуждаемые проблемы оказались в последние десятилетия очень актуальными. И слово «мигранты», и слово «диаспоры» заметно востребованы из этих стран в русскоязычном Яндекс-поисковике (табл. 4). Абсолютное большинство западноевропейских стран очень остро реагируют на проблемы и миграции, и диаспор. Меньше других, но все же значимо, в Европе 2018 г. вопросы диаспоризации волнуют Польшу и Великобританию (126% и 118% соответственно). Но в Германии, Италии, Венгрии и Словакии эти сюжеты привлекают беспрецедентное общественное внимание, достигая порой уровня выше 400%. К слову отметим, что проблемы диаспор очень заметно беспокоят в 2018 г. не только европейские страны, но также Китай, Израиль и Турцию. Конечно, остается интересным вопрос – кто обращается в этот русскоязычный поисковик из всех названных стран и с какими целями?

Таблица 4

Индекс интереса к мигрантам и диаспорам у интернет-пользователей из других зарубежных стран (%)

	Мигранты:	Диаспоры:
Германия	1485	207
Бавария	2623	419
Мюнхен	2623	419
Чехия	451	158
Италия	265	308
Испания	153	
Великобритания	129	118
Франция	144	152
Польша	117	126
Бельгия	743	205
Швеция	369	233
Венгрия	550	302
Финляндия	211	173
Болгария	125	249
Австрия	315	153
Норвегия	382	347
Словакия	491	491
Сербия	191	191
Нидерланды	–	249
Вашингтон	215	–
Израиль	122	249
Турция	157	117
Китай	142	432

Динамика индекса интереса в российских городах и областях

Как уже упоминалось выше, в конце октября 2018 г. Президент РФ подписал указ о новой миграционной концепции в стране. У нас возник вопрос – оказало ли это событие определенное влияние на колебания индекса интереса к мигрантам и диаспорам? Поэтому спустя неделю после подписания президентского указа, мы опять обратились к информации Яндекса, добавив для анализа еще одно ключевое слово – «ксенофобия». Сравнение индексов интереса с предыдущими результатами представлено в табл. 5.

Таблица 5

Индекс интереса интернет-пользователей некоторых российских регионов к проблемам мигрантов, диаспор и ксенофобии (%)

	Мигранты 18 октября	Мигранты 7 ноября	Диаспоры 18 октября	Диаспоры 7 ноября	Ксенофобия 7 ноября
Россия	99	100	95	96	100
Москва и область	150	144	110	107	107
Москва	–	146	118	115	116
Петербург и область	153	152	102	98	115
Югра	140%	139	165	155	100
Калужская обл.	186	135	66	75	–
Тюменская обл.	115	85	119	109	72

	Мигранты 18 октября	Мигранты 7 ноября	Диас- поры 18 ок- тября	Диас- поры 7 ноября	Ксенофо- бия 7 ноября
Пермь	85	72	88	76	97
Калуга	148	109	–	92	87
Сургут	143	156	212	195	110
Архангельск	138	71	–	154	112
Одинцово, Бала- шиха, Люберцы, Мытищи	от 147 до 168 и от 137 до 177	167/113/ 140/127	–	138/75/ 142/ 90/	96/ 129/ 95/74/
Раменский р-н	149	–	–	108	75
Ханты-Мансийск	151	119	–	–	124
Камчатский край	131	–	–	116	42
Норильск	–	79	224	–	67
Нефтеюганск	–	115	237	68	126
Дубна	193	74	–	38	126

- Согласно данным Яндекс-поисковика, интерес интернет-пользователей к проблемам мигрантов и к миграции в российских регионах в ноябре 2018 г. заметно снизился.
- Интерес к диаспорам в большинстве регионов также снизился, хотя (кроме отдельных случаев) и не так заметно.
- К проблемам ксенофобии в ряде российских регионов внимание оказалось несколько повышенным: индекс интереса в Московском регионе – 107% (здесь отмечается заметно повышенное внимание к мигрантам и менее, но также повышенное внимание к диаспорам), в Петербурге и области индекс – 116% (здесь осталось заметно повышенное внимание к мигрантам и чуть меньше – интерес к диаспорам), а также в Сургуте – 110% (и в октябре, и в ноябре заметно повышенное внимание и к мигрантам, и к диаспорам), в Архангельске – 112% (в ноябре интерес к мигрантам заметно снизился, а к диаспорам в этом месяце внимание заметно повышенное), в Ханты-Мансийске – 124% (внимание к мигрантам в ноябре заметно снизилось, но осталось достаточно высоким), в Нефтеюганске – 126% (повышенный интерес к мигрантам, но в ноябре резко снизился прежде очень высокий интерес к диаспорам). Кроме того, отметим неясную ситуацию в подмосковной Дубне – индекс внимания к ксенофобии здесь высокий – 126%, но очень высокое прежде внимание к мигрантам в дни ноябрьских праздников заметно снизилось. Все приведенные колебания интереса интернет-пользователей к вопросам миграции, к диаспоризации и связанным с этими явлениями отношением к приезжим (ксенофобией или толерантностью), требуют в каждом случае дополнительных, более направленных исследований.

Динамика индекса интереса в российских республиках

Таблица 6

Индекс интереса к мигрантам, диаспорам и ксенофобии у интернет-пользователей из российских республик (%)

	Мигранты 18 октября	Ми- гранты 7 ноября	Диас- поры 18 ок- тября	Диас- поры 7 но- ября	Ксенофо- бия 7 ноября
Республика Татарстан	70	70	94	99	158
Республика Коми	39	50	49	52	107
Республика Северная Осетия	83	64	357	324	133

	Мигранты 18 октября	Ми- гранты 7 ноября	Диас- поры 18 ок- тября	Диас- поры 7 но- ября	Ксенофо- бия 7 ноября
Республика Саха (Якутия)	76	94	80	159	102
Республика Бурятия	40	76	130	87	57
Республика Хакасия	57	91	134	198	85
Кабардино-Балкарская Республика	62	47	204	136	123
Чеченская Республика	61	83	218	212	86
Республика Адыгея	71	82	145	179	58
Республика Калмыкия	87	45	914	615	73
Республика Алтай	82	91	53	112	114
Республика Ингушетия	101	48	330	466	84
Карачаево-Черкесская Республика	48	43	166	225	108
Республика Тыва	54	66	120	148	68
Республика Крым	–	82	106	74	108
Республика Дагестан	–	60	153	134	79
Чувашская Республика	–	47	126	83	70
Республика Мордовия	–	63	79	82	76
Республика Марий Эл	–	77	96	179	166
Республика Карелия	–	70	71	70	96
Удмуртская Республика	–	54	–	78	75
Республика Башкирия	–	71	–	66	82

- В целом, по полученным данным, можно говорить о сравнительно невысоком уровне ксенофобии в стране осенью 2018 г.

В большинстве республик индекс интереса к мигрантам и индекс ксенофобии близки по своим значениям. Вместе с тем из 22 упомянутых здесь республик в 9 интерес интернет-пользователей к проблемам ксенофобии оказался повышенным. Это: Татарстан – индекс внимания – 158% (здесь интернет-запросы чаще делались не о мигрантах, а о диаспорах), Республика Коми – 107 (в этой республике интерес и к мигрантам, и к диаспорам очень невысок, но к ксенофобии повышен), Северная Осетия – 133 (отмечен совсем невысокий интерес к мигрантам и очень высокий – к диаспорам), Саха-Якутия – 102 (несколько повышенное внимание к мигрантам, и резко подскочившее внимание к диаспорам в ноябре), Кабардино-Балкария – к ксенофобии – 123 (при совсем невысоком внимании к мигрантам, но очень высоком – к диаспорам, особенно в октябре), Республика Алтай – 114 (в ноябре несколько повысилось невысокое и в прошлом внимание к мигрантам и резко – в два с лишним раза выросло внимание к диаспорам), Карачаево-Черкесия – 108 (незначительное внимание к мигрантам и очень высокое – к диаспорам, особенно в ноябре), Крым – 108% (к мигрантам интерес невысокий, к диаспорам – повышенный, особенно в октябре, а в ноябре понизился) и Марий Эл – заметно повышено внимание к ксенофобии – 126% (но здесь пользователей больше волнуют диаспоры, особенно в ноябре). К этим республикам приближается показатель в Карелии – с индексом интереса 96% (но здесь и мигранты, и диаспоры не вызывают в этот период особого интереса). В остальных российских республиках индекс интереса к такому явлению как ксенофобия в этот период явно понижен.

- Индекс интереса к диаспорам, в отличие от внимания к мигрантам, ломает эту картину, особенно в ряде республик. Но это совсем не означает, что интерес этот негативный. И с ксенофобией он связан очень мало.

Динамика индекса интереса в бывших советских республиках

Таблица 7

Индекс интереса к мигрантам, диаспорам и ксенофобии у интернет-пользователей из стран СНГ (%)

	Мигранты 18 октября	Мигранты 7 ноября	Диаспоры 18 октября	Диаспоры 7 ноября	Ксенофобия 7 ноября
Азербайджан	160	163	172	161	55
Таджикистан	996	975	47	91	62
Киргизия	405	399	215	154	60
Грузия	272	266	157	140	209
Молдова	112	96	266	134	63
Армения	108	98	375	306	65
Туркмения	143	110	104	93	152
Узбекистан	265	259	92	84	105
Украина	-44	40	175	25	104
Казахстан	-74	65	152	219	84
Беларусь	-49	48	58	48	86
Литва	–	262	–	262	24
Латвия	–	103	–	103	159
Эстония	–	51	–	51	283

• Приведенные в табл. 7 данные показывают, что проблемы мигрантов и диаспор волнуют и беспокоят жителей далеко не всех стран нашего ближнего зарубежья.

• В ноябре 2018 г. повышенный интерес к проблемам ксенофобии отмечен у интернет-пользователей из шести бывших советских республик: Грузия – индексы интереса 209% (важно отметить, что в этой стране индекс внимания и к мигрантам, и к диаспорам очень высоки, особенно – к мигрантам), Туркмения – 152 (интерес к мигрантам выше, чем к диаспорам, но в ноябре он несколько снизился), Узбекистан – 105 (интерес к мигрантам очень высок, а к диаспорам – нет, и в ноябре он даже снизился), Украина – 104 (здесь заметные, но непонятные колебания: повышенное внимание к диаспорам в октябре резко снизилось в начале ноября), Латвия – 159 (здесь внимание и к мигрантам, и к диаспорам сравнительно повышено, а к проблемам ксенофобии намного выше), и особенно в Эстонии – 283 (интерес и к мигрантам, и к диаспорам невысокий, но к проблемам ксенофобии – очень большой). В остальных республиках индекс интереса к этим проблемам – невысок, а самый низкий в Литве – 24%, хотя здесь внимание к мигрантам и к диаспорам очень большое.

Динамика индексов интереса у пользователей зарубежных стран

Таблица 8

Индекс интереса к мигрантам, диаспорам и проблемам ксенофобии у интернет-пользователей из других зарубежных стран (%)

	Мигранты 18 октября	Мигранты 7 ноября	Диаспоры 18 октября	Диаспоры 7 ноября	Ксенофобия 7 ноября
Германия	1485	289	207	55	124
Бавария	2623	1131	419	55	227
Мюнхен	2623	1131	419	55	227
Чехия	451	433	158	139	144

	Мигранты 18 октября	Мигранты 7 ноября	Диаспоры 18 октября	Диаспоры 7 ноября	Ксенофобия 7 ноября
Италия	265	216	308	153	201
Испания	153	177	–	216	186
Великобритания	129	85	118	85	105
Франция	144	166	152	219	124
Польша	117	97	126	255	104
Бельгия	743	276	205	311	277
Швеция	369	227	233	162	96
Венгрия	550	91	302	–	101
Финляндия	211	139	173	137	169
Болгария	125	134	249	200	172
Австрия	315	386	153	128	174
Норвегия	382	373	347	92	351
Словакия	491	131	491	102	111
Сербия	191	–	191	194	105
Нидерланды		103	249	166	90
Черногория	–	647	–	1467	61
Швейцария	–	296	–	297	266
Израиль	122	137	249	200	143
Турция	157	71	117	217	20
Китай	142	172	432	322	377
США	–	467		121	112
Южная Корея	–	266		200	104

• Судя по активной деятельности европейских интернет-пользователей, обратившихся к Яндекс-поисковику (русскоязычному!), абсолютное большинство стран Европы (за редчайшим исключением) очень беспокоят миграционные процессы со всеми вытекающими из них явлениями, в том числе и с ксенофобными настроениями.

• Тем не менее и в Европе есть страны, где ксенофобия привлекает общественное внимание заметно реже, чем у соседей, хотя и тоже повышенное: это – Великобритания – 105, Польша – 104, а также – Швеция – 96, Нидерланды – 90 и Черногория – 61%.

• Особенно повышено внимание к проблемам ксенофобии в Баварии (Свободном государстве Бавария), где индекс интереса – 227, в Бельгии – 277, в Норвегии – 351, в Швейцарии – 266%.

• Однако не только общественность европейских стран (русскоязычная?) уделяет этому большое внимание. Проблемы миграции, диаспоризации и ксенофобии очень беспокоят Китай, Южную Корею, Израиль, США. Из этого ряда выпадает Турция, откуда практически не поступали запросы о ксенофобии в Яндекс-поисковик, хотя индекс внимания и к мигрантам, и к диаспорам здесь довольно высок.

* * *

Заключая рассмотрение полученных данных, можно добавить, что каждое слово-понятие, запрашиваемое в интернет-поисковике, связывается с определенным контекстом. Яндекс-поисковик дает возможность узнать подробнее и об этом. Так, слово *ксенофобия*, запрошенное в этот период 27 014 раз, было связано с экстремизмом 1093 раза, 1683 раза – с профилактикой ксенофобии и 198 раз – с противодействием ксенофобии, 124 раза – с формами ксенофобии и т.д. Отметим, что здесь мы

приводим не индекс внимания, а абсолютные данные (табл. 9), показывающие далеко неоднозначный интерес к этому явлению со стороны жителей разных городов, республик и стран. О неоднозначном интересе пользователей можно судить и по довольно любопытным данным о запросах на два других понятия – мигранты и диаспоры. Приведем две небольшие таблицы, показывающие разнообразие запросов пользователей (со всего света!) на эти понятия.

Таблица 9

**Структура запросов интернет-пользователей о «мигрантах»
(данные Яндекса в абсолютных числах, 07.11.2018)**

Всего запросов «Мигранты», в т. ч.:	149 052
Мигранты в России	8527
Трудовые мигранты	6757
Новости мигранты	5869
Мигранты в Москве	4232
Русские мигранты	3610
Сколько мигрантов	3443
Работа для мигрантов	3433
Регистрация мигрантов	3237
Караван мигрантов	2379
Помощь мигрантам	2082

Судя по приведенным в табл. 9 данным, можно видеть, что осенью 2018 г. тема миграции довольно активно интересовала интернет-пользователей, причем значительное их внимание в русскоязычном интернет-поисковике Яндекс было направлено на российскую территорию. Авторов запросов особенно интересовали такие темы, как трудовые мигранты, наличие работы для них, условия регистрации и новости, связанные с миграционной ситуацией. Заметное внимание интернет-пользователей направлено на столицу России – Москву. Вместе с тем, нельзя не увидеть и уже упоминавшийся выше интерес к миграционным процессам, проходящим в зарубежных странах, в частности – в США, где за громкой историей с караванами мигрантов следили во всем мире.

Таблица 10

**Запросы интернет-пользователей о «диаспорах»
(данные Яндекса в абсолютных числах, 07.11.2018)**

Всего запросов «Диаспоры», в т. ч.:	44 190
Армянская диаспора	3376
Русская диаспора	3033
Диаспоры в Москве	2326
Современные диаспоры	1746
Азербайджанская диаспора	1370
Сайт «Диаспоры»	1177
Диаспоры в России	1151
Чеченская диаспора	1107
Украинская диаспора	1075
Казахская диаспора	920
Глава диаспоры	801
Узбекская диаспора	766
Дагестанская диаспора	696
Таджикская диаспора	684
Татарская диаспора	619

Всего запросов «Диаспоры», в т. ч.:	44 190
Еврейская диаспора	575
Адреса диаспор	568
Грузинская диаспора	527
Осетинская диаспора	466
Китайская диаспора	447
Диаспоры Крыма	390
Диаспоры Казахстана	361
Диаспоры армян	359
Корейская диаспора	335
Ингушская, турецкая, белорусская, российская, немецкая и др. диаспоры

Рассматривая данные, приведенные в табл. 10, отмечаем меньшее, но все же немалое внимание интернет-аудитории к проблемам диаспор, чем к мигрантам. Очень многих интересуют общие проблемы диаспор («современные диаспоры», сайт «Диаспоры» и др.), диаспоры в России, диаспоры в Москве. Но очень заметно в связи с диаспорами выделяется не столько региональный, сколько этнический аспект. Людей интересуют конкретные этнические сообщества переселенцев, проживающих в отдалении от своей этнической родины. При этом диаспорами называют не только мигрантов из иных стран, но и из российских республик (в том числе и в самой России). Например, сообщество всех ингушей, проживающих в столице, – это не диаспора, а переселившиеся в Париж, – это диаспора. Запросы о «Русской диаспоре», как оказалось, были связаны в первую очередь с такими странами как: Италия, Германия, США, Финляндия, Англия... Но очевидно, что, говоря о русской диаспоре, авторы запросов имеют в виду далеко не только русских, а в целом – выходцев из России.

Заканчивая этот раздел, одной из задач которого было привлечение внимание исследователей к новому источнику информации, можно фиксировать, что анализ показателей интереса пользователей разных регионов к определенной информации в Интернете, ценен не только сам по себе, хотя и он может сказать о многом. Но он также высвечивает новые проблемы и побуждает исследователей к более углубленному изучению процессов и явлений в разных регионах страны и мира.

¹ Результаты этого исследования были опубликованы в серии «Исследования по прикладной и неотложной этнологии». 2019. № 268. Для настоящего издания сделана новая редакция текста.

² См., например, сообщения: Reuters. 24.10.2018; Lenta.Ru. 24.10.2018.

³ Ненужные люди. Хронология исхода “каравана мигрантов” из Мексики в США. 23.11.2018. URL: <http://rvs.su/statia/nenuzhnye-lyudi-hronologiya-ishoda-karavana-migrantov>

⁴ См.: Диагностика толерантности 2002; Малькова 2014 и др.

⁵ Указ Президента РФ «О Концепции государственной миграционной политики Российской Федерации на 2019–2025 годы» от 31.10.2018 г. URL: <https://migrantmedia.ru/migracionnoe-zakonodatelstvo-rf/>

⁶ URL: <https://msk.kp.ru/daily/26737.4/> (27.09.2017)

⁷ Об этом говорил Секретарь Совбеза РФ Н. Патрушев на специальном заседании Совета Безопасности, посвященном проблемам миграции. Подробнее см.: Вывести на свет: Нелегальная миграция наносит серьезный ущерб экономике регионов. РГ. 14.08.2018.

⁸ Там же.

⁹ По материалам новостного сайта <https://kaktus.media/doc>.

¹⁰ См., например: URL: <https://www.kp.ru/daily/26737.4/8.09.17>

¹¹ URL: <http://www.grandars.ru/student/marketing/marketing.html>

ПРЕССА НОВЫХ ЭТНИЧЕСКИХ СООБЩЕСТВ¹

После распада Советского Союза в начале 90-х годов XX в. продолжилось и заметно активизировалось изучение деятельности средств массовой информации, освещающих этническое многообразие, межэтнические отношения и миграционные процессы в нашей стране². В частности, специалистов беспокоили вопросы – как в новых условиях федеральные и республиканские информационные каналы, рассказывающие людям о жизни представителей разных национальностей, об их взаимодействии, о потоках инуюльтурных переселенцев, могут повлиять (и уже влияют) на формирование массового сознания населения и на взаимоотношения народов. Главной задачей таких исследований на первом этапе был анализ публикаций федеральных и региональных СМИ с целью изучения и предотвращения распространения конфликтных идей и представлений, а также – просвещение и обучение журналистов, работающих с этой тематикой, и научная оптимизация толерантной презентации проходящих в этой сфере изменений. Одно из важнейших направлений исследования медиаинформации было связано с процессами миграции и адаптации культурно отличительных групп в новой для них среде³.

Темы и формы освещения миграционных процессов в СМИ, как показывали и наши многочисленные исследования того времени, были очень разнообразны, как и сама действительность. В прессе рассказывалось о географии миграции, об этническом, гендерном и профессиональном составе мигрантов, об их непростой жизни на новом месте. Иногда говорилось и об их дальнейших миграционных планах. И конечно, самое большое внимание российская журналистика двух первых постсоветских десятилетий уделяла непростым взаимоотношениям инокультурных мигрантов с принимающим сообществом и их интеграции в новый для них социум.

Разнообразие медийной информации о мигрантах постепенно расширяло и круг исследовательских задач в этой области, хотя основной оставалась миссия ученых и журналистов не допустить разжигания ксенофобских настроений, межэтнической вражды и конфликтов с помощью СМИ. В период многочисленных трудностей и всеобщего непонимания ситуации, важно было всеми средствами сохранить этнический мир в стране. Особое внимание в этот период аналитики сосредотачивали на деятельности федеральных и реже – на региональных каналах массовой информации. Но тема формирования этномигрантских сообществ и объединений, а тем более – процессы их мобилизации (то есть, собирание, структурирование и организация, сплочение в единую группу, направленное воспитание кадров, формулирование своих задач и целей и т.д.) в этих каналах до последнего времени практически не изучались.

В данном разделе мы предлагаем читателю обратиться вместе с нами к материалам этнических СМИ, заметно распространившихся в стране с 1990-х годов, и рассмотреть ряд вопросов, связанных в том числе и с миграционными процессами. Мы считали важным проследить некоторые результаты закрепления представителей разных этносов на новой территории; выяснить, как этнические СМИ фиксируют и представляют своей аудитории изменение полиэтничной ситуации в стране, а именно: появление в российских городах и других местах новых этнических сообществ (этнических меньшинств и диаспор), их элит и этнических социальных институтов; рассмотреть, как этнические СМИ показывают их становление, организацию и мобилизацию, формирование их этнокультурных и этнополитических идеологий и стратегий, их общественную роль и возможные перспективы в современной российской жизни; увидеть и проанализировать – какие механизмы и средства приводят в

действие этнические лидеры и идеологи новых этнических групп, какие мобилизуют ресурсы, какие ключевые направления выбирают и какие ставят цели для консолидации и мобилизации своих соплеменников и для интеграции их в принимающее общество.

Эти и некоторые другие вопросы рассмотрены нами на основе анализа обширного документального материала, содержащегося и распространяемого прессой новых, недавно образовавшихся этнических сообществ. Предварительно заметим, что речь пойдет не только о реальных процессах в российском обществе, но о медийном (целенаправленном) их отражении и виртуальном конструировании. И еще: на начальном этапе исследования нам представляется важным выяснить не то, **как** воспринимают эту информацию члены этнических групп, сообществ и диаспор (хотя это и очень важно), а **что** современные этнические идеологи и функционеры считают для себя важным и распространяют в сознании своих соплеменников в первые десятилетия их пребывания и обустройства в российском обществе.

* * *

Заметный наплыв в страну инокультурных мигрантов вызвал рост и институционализацию этнонациональных диаспор и общин и привел к появлению новых этнических активистов, функционеров и, в конечном счете – молодых этнических элит. Именно они, нередко манипулируя этнической историей и культурой своего народа, этническими и национальными чувствами, формируют новое видение ситуации и страстно выступают за развитие и сохранение своих этнических общин на новых местах, за соблюдение их этнических прав. Поэтому данные процессы можно связывать с этнополитическими, а в некоторых случаях – и с этноконфликтными движениями и явлениями.

Среди многочисленных причин, подтолкнувших инициирование в России этнических движений, можно отметить: попытки, порой неуклюжие, законодательного закрепления новых и «старых» этнонациональных объединений (например, закон о национально-культурных автономиях 1996 г.); формирование разнообразных национально-культурных общин разного уровня, активизацию и поощрение их деятельности; а также работу средств массовой информации, в том числе этнических. Именно они на рубеже веков не только широко распространяются в регионах страны, но своей направленной деятельностью поддерживают и немало будоражат этнонациональные чувства своих сородичей. Именно они устами своих лидеров и других идеологов ставят в своих публикациях важные для всех соплеменников вопросы: «Кто такие мы? Можем ли мы считать себя единой этнической группой? Какова наша роль и наше место в этой стране? Какие у нас здесь права и возможные преференции?»

Анализ материалов газет этнических сообществ показывает, что их растущие элиты через свои средства массовой информации настойчиво напоминают соплеменникам об их этническом происхождении, об их «долге перед этнической родиной» и перед своими соотечественниками. Этническая пресса и этнокультурные объединения, создаваемые их активистами во всех уголках страны, становятся для многих этнических меньшинств и диаспор (в основном приезжих) «советчиком», «защитником», своеобразным ориентиром и «путеводителем» по сложной и не всегда понятной жизни в местах их нового проживания. С помощью такой «защиты» этничность каждой группы как бы специально обозначается и усиливается, намеренно очерчи-

вается. Ее границы в групповом сознании еще больше закрепляются, а сама этническая группа, более-менее тесно сплоченная, старается включиться и включается в принимающую среду уже как большое единое целое. Таким образом, и в самом деле происходит мобилизация этничности, т.е. сосредоточение сил и средств для достижения некоторых целей. Более того, на определенном этапе уже можно говорить об **этнополитической мобилизации**, которую конфликтологи определяют как возможность предупреждения реальной или воображаемой угрозы интересам этнической группы («оборонная мобилизация»). В иных случаях, наоборот – как открытие перед группой новых заманчивых перспектив («наступательная мобилизация»). Цель последней – использовать возможности политического момента для достижения группой благ в будущем⁴.

Этническая пресса как источник для изучения новых этнических сообществ

Основной источник данной работы – этнические СМИ, включая этническую прессу и специальные интернет-издания, в том числе – этнически направленные интернет-сайты и порталы. В течение двух-трех последних десятилетий они также стали заметной частью российского медиапространства. С их помощью стремительно формируются новые группы этнических активистов, а также новые этнополитические идеологии и стратегии молодых этнических сообществ. Через этнические СМИ можно проследить широкую палитру взглядов молодых элит российских этнических меньшинств, их представлений, установок и планов, которые они выносят на обсуждение соплеменников. Именно из этих, озвученных в этнических СМИ идей, суждений, представлений и комментариев, складываются и выстраиваются, условно говоря, новые этнонациональные идеологии новых российских этнических сообществ. В данной работе мы впервые в таком ракурсе представим некоторые результаты анализа ряда этнических изданий, новый импульс в деятельности которых был получен в процессе усилившейся в 1990-е годы миграции.

«**Этнические СМИ**» – это условное название, обозначающее группу печатных изданий – газет и журналов, а также теле- и радиоканалов, а в последние лет пятнадцать – и интернет-изданий⁵. Их информация специально направлена на представителей одной этнической или религиозной группы, изредка – нескольких групп (например – финно-угорские или мусульманские издания). Определенный импульс для роста подобных изданий был получен в 1996 г., когда в стране был принят уже упоминавшийся выше закон о национально-культурных автономиях⁶. Этнические СМИ – это важный канал распространения информации о жизни мигрантов и способах их адаптации в чужой для них среде, а также инструмент поддержания их этнических ценностей, взглядов, представлений, мифов, а иногда – и языков. Тем самым эти информационные средства способствуют сохранению и формированию этнической идентичности у людей, живущих в инонациональном окружении, информируют их о важных для них событиях этнической жизни и помогают в ней ориентироваться. И одновременно, как и любое другое средство массовой информации, выполняют определенные организационные и пропагандистские функции, распространяя важную для политиков и коммуникаторов информацию и идеи⁷.

В информации этнических СМИ (русскоязычных) довольно четко прослеживается нынешняя ситуация с национально-культурными (а точнее – этническими и мигрантскими) объединениями – диаспорами и общинами, с их лидерами и активистами, с декларируемой ими оценкой положения своих общин, со стратегиями их

дальнейшего развития на территории страны и с конкретными целями и задачами этих объединений в локальном и глобальном мире. Эти материалы позволяют рассмотреть создаваемые ими в российском медийном пространстве образы их диаспорных соотечественников, регионов и стран их происхождения, и многие другие явления, показывающие довольно бурную этнонациональную жизнь этих новых этнических объединений в современной России.

После принятия закона об НКА (национально-культурной автономии) этнические активисты стали официально собирать вокруг себя единомышленников и более активно формировать свои этнические сообщества. Порой на одной небольшой территории образовывалось сразу по несколько групп представителей одной национальности, нередко конкурирующих между собой из-за бюджетного или спонсорского финансирования, из-за помещений, из-за внимания к ним местных властей. В этой первоначальной конкуренции каждой конкретной группе необходимо было стать сильной, деятельной, заметной и этнически привлекательной для своих, рассеянных в инокультурном пространстве соплеменников. И печатные этнические издания, их направленная организационная деятельность в немалой степени помогали этим процессам. Начальный период этого оживления и формирования национально-культурных общин и их СМИ еще недостаточно изучен и описан в российской научной литературе (Малькова 2001).



Примеры некоторых российских этнически ориентированных изданий
(фото автора)

Немногочисленные исследователи и сами этнические активисты объективно оценивают роль этнических СМИ в современном обществе, воспринимая их как еще одну важную площадку для обсуждения проблем полиэтничности и проблем своей этнической общины. Но, поскольку исследование этнических СМИ в России, в отличие, например, от США и стран Европы, по многим причинам идет довольно вяло, мнения об этом канале массовой информации неоднозначны.

Прежде всего, сам термин «этнические СМИ» нам представляется не совсем точным, хотя теперь он уже часто используется в журналистской и в научной печати (Ганцева 2005; Кондакова 2000). Мы считаем, что точнее было бы говорить «этнически ориентированные СМИ» или «издания этнических групп», хотя в качестве рабочих вполне можно употреблять и прижившийся уже термин «этнические СМИ». Существует мнение, что этнические СМИ – *малозаметное и практически незначимое явление нашего времени*. Так действительно было еще примерно до середины 1990-х

годов. Но в наши дни с этим утверждением уже нельзя согласиться. Некоторые ученые рассматривают современную этническую прессу лишь как «парадную фотографию», где представлен материал о праздниках и традициях этнокультурных общин (Ганцева 2005). Подобное утверждение, действительно справедливое для советских времен и частично – для наших дней, примерно с середины 1990-х годов уже требует серьезной научной корректировки. Некоторые авторы усматривают проблему в том, что моноэтнические СМИ национально-культурных автономий (НКА) представляют собой этнодифференцирующие издания, имеющие ограниченное распространение только в пределах своей национальности, многие к тому же выходят нерегулярно и порой напоминают стенгазеты советских времен. В ходе нашей работы мы остановимся на некоторых из этих вопросов. Однако сейчас можно заметить, что унифицировать эти издания нельзя, что есть газеты, а есть Газеты...

И действительно, в наши дни ситуация в полиэтничном медиапространстве заметно изменилась. И хотя это относится далеко не ко всем этническим изданиям, все же будущее многих этнических СМИ можно рассматривать с оптимизмом. Ведь этномиграционные процессы активно развиваются во всем мире, и пришлые иноэтнические группы, а вернее – их растущие и крепнущие элиты, естественно, будут стремиться создавать и укреплять свои этносоциальные институты, в том числе и прессу. Уже сейчас американские исследователи предсказывают своей этнической прессе серьезное будущее и довольно высоко оценивают значение, в частности, испаноязычных СМИ в общественной жизни многих штатов своей страны (Смирнова 2008). Во многих других странах также уже осознают большое общественное значение растущих в стране диаспор и их СМИ и создают для координации их деятельности специальные ассоциации или клубы этнических журналистов (например, в США, во Франции, в Канаде и в самой России)⁸.



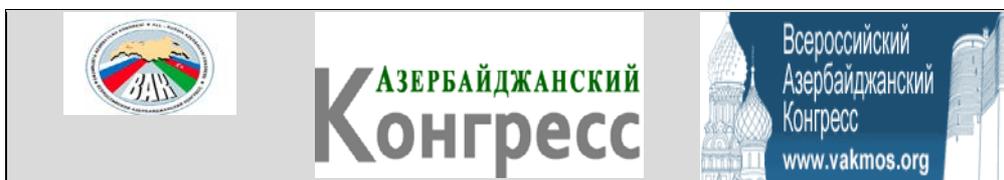
Примеры российских этнически ориентированных газетных изданий

Подобные объединения «этнических журналистов» с недавних пор стали появляться и на пространстве СНГ, о чем сообщает и сама этническая пресса. Это, например, Союз журналистов этнических СМИ в Крыму⁹, Ассоциация журналистов этнической и конфессиональной прессы – АЖЭК-пресс в России (в 2008 г. состоялось учредительное собрание по ее созданию)¹⁰. Кроме того, созданы и активно работают другие объединения этнических журналистов – Российская Гильдия межэтнической журналистики, Всемирная ассоциация русскоязычной прессы, Ассоциация мусульманских журналистов России и т.д.

Однако и проблем у этнической прессы немало. На одном из круглых столов в Московском доме национальностей, посвященном деятельности «национальной»

прессе России, много говорилось об этих проблемах. Также, как и у «больших» СМИ, – это проблемы финансирования, кадров, трудности распространения печатных изданий и даже, как выясняется, попытки поиска новой, актуальной для современной аудитории этнической тематики. Некоторые редакторы этнических газет призывают своих коллег переходить от этнокультурных сюжетов к «проблемным» и предлагают, невзирая на индивидуальность этнических сообществ, выработать универсальную концепцию деятельности их этнических изданий¹¹.

Но, несмотря на многочисленные и естественные в наше время трудности, сами этнические общности, их элиты и активисты хорошо понимают общественную значимость своей периодики в многонациональной стране. Ведь известно, что СМИ в современных условиях – это один из самых удобных инструментов для организации и социально-политической мобилизации людей. Поэтому этнические лидеры особенно внимательны к своим этническим изданиям. Их спонсоры не только создают и опекают подобные издания, размещают в них рекламу и объявления, но используют их для информирования и просвещения соплеменников, для их сплочения, для защиты их прав, мобилизуют их на коллективные действия.



Например, руководители азербайджанской диаспоры в России ставят перед собой задачу «пропагандировать, рекламировать и всеми возможными способами продвигать» газету «Азербайджанский Конгресс» (АК). Причем, по словам руководителей диаспоры, важно не только заметно увеличить ее тираж. Лидеры диаспоры видят перспективы развития этого издания в выходе его и на общеевропейский, и в какой-то мере – на общемировой уровень – в Германии, Франции, Великобритании, в Америке, где также проживают азербайджанцы¹².

«Московская немецкая газета» гордится своей широкой распространенностью не только в России, но и в других странах. Газета «Российские корейцы», выходящая с 1999 г., подчеркивает свои достижения в издании и распространении своих номеров.

Интерес к этническим каналам массовой информации заметно растет. Довольно пристально в последнее время присматриваются к этнической прессе региональные и федеральные политики. Они понимают, что хорошо организованные и подготовленные с помощью СМИ группы россиян любой национальности – довольно привлекательная для них часть электората (Сид 2005).



Заметим, что опыт политического (пока только предвыборного) использования этнических СМИ наблюдается не только в России, но и в других странах бывшего союза, хотя и рассматривается толерантными аналитиками как деструктивный (Ишмухамедов). Что касается этнических изданий в России, то их политизация тоже уже не вызывает сомнений исследователей. Один из примеров можно видеть в той же газете «Азербайджанский Конгресс», когда перед выборами президента России 2008 года на ее страницах давалась информация о встречах и собраниях «этнической общности», выступавшей с поддержкой «плана Владимира Владимировича Путина и его команды, а также с поддержкой кандидатуры Дмитрия Анатольевича Медведева и других кандидатов “Единой России”» (АК. 2008. № 8, 10). Поддержку курсу новой России и новому президенту высказывали и другие издания, в частности – «Еврейские новости» («ЕН»). В передовой статье под названием «Мы надеемся» отметили: «Мы надеемся, что политическая преемственность, ставшая одним из ключевых тезисов предвыборной кампании Дмитрия Медведева, выразится в сохранении благоприятных условий для развития национальных общин и организаций» (ЕН. 2008. № 8).

Rundschau

Еженедельная независимая дайджест-газета
российских немцев «Rundschau» (Обозрение)

Действительно, общественное значение этнической прессы в наши дни немалое. Однако в ее изучении существует ряд проблем. До сих пор в стране нет даже приблизительной статистики этнически ориентированных СМИ (в том числе и печатных изданий). Их архивы неполны, мало мест, где можно найти и приобрести эти издания в розницу. Каждая этническая группа заботится лишь о своей периодике, что (по многим причинам) вполне естественно. Все это, безусловно, затрудняет дальнейшую работу по ее всестороннему изучению. Представляется, что в стране должен быть создан некий государственный центр или библиотека, где собирается, сохраняется и, возможно, исследуется этот богатейший источник информации о нынешней жизни многонациональной России.

ЭРЗЯНЬ МАСТОР

Независимая общественно-политическая газета
Мордовского республиканского общественного
Фонда спасения эрзянского языка

Нам удалось во время многочисленных встреч с журналистами и этническими активистами собрать некоторый архив таких изданий за 2002–2011 гг., выпускаемых

этническими группами и диаспорами, и провести их анализ¹³. Основными источниками для данной работы стали армянские газеты: «Ноев Ковчег», «Новый Вавилон», «Еркрамас» (Краснодар); еврейские: «Еврейская международная газета», «Еврейские новости», «Менора» (Екатеринбург); азербайджанские: «Азеррос»¹⁴ и «Азербайджанский Конгресс»; немецкие: «Московская немецкая газета», газета «Уральские немцы», несколько номеров «Рундшау», «Волжский курьер» (газета немцев Самары), газеты «Российские корейцы», «Караимские вести», «Лезгинские известия», объединенная Финно-угорская газета, «Газета таджикских мигрантов», газеты татар, эрзя, чувашей и др. Некоторые из названных изданий к 2011 г., к сожалению, уже перестали выходить. Кроме печатных изданий мы пользовались также и материалами электронных версий отдельных газет, и другими этническими интернет-ресурсами. Об этом будет упомянуто в соответствующих местах.

Мы попытались, по возможности, типологизировать этнические издания, выделить и рассмотреть основные проблемы, которые особенно активно освещаются этнической прессой, выявить некоторые информационные технологии и информационные формы, связанные с формированием этнической, диаспорной и российской идентичностей, с направленностью информации на интеграцию этнических общин в общероссийскую жизнь или на расширение в новом месте и на закрепление своих этнических границ, на адаптацию или на обособление членов диаспор.

Представим некоторые результаты исследования.

Характеристики этнических изданий

Этническая пресса – этот во многом удивительный феномен появился в нынешней России еще в 80-х годах XX в., а в некоторых местах и еще раньше¹⁵. Но в те годы эти издания, а речь идет в основном о прессе, были в самом зачаточном состоянии. И не только потому, что издания были малотиражные, малоформатные и их было очень мало, но и потому, что в те времена общественно-политический фон в стране был иным – интернационализм как бы уравнивал представителей всех советских народов, и не было особой нужды (а скорее, невозможно было в тех условиях) публично выделять свою этническую группу среди других. А если и появлялись в те времена небольшие листки с этнической тематикой, называемые «национальными газетами» или «бюллетенями», то речь в них действительно шла лишь о национальных праздниках, традициях и о некоторых фрагментах материальной этнической культуры и лишь изредка – о локальных межэтнических проблемах.

Определенное оживление этнической прессы мы фиксируем на рубеже 1980-х и 1990-х годов, когда в России произошли известные общественно-политические перемены, вызвавшие к жизни так называемый «взрыв этничности». Хотя и в данном случае это оживление относилось скорее к прессе республиканской, которая, кстати, и до этого активно работала с этнической тематикой (Малькова 1991). Что же касается прессы этнических меньшинств и диаспор, то ее рост в России стал особенно заметен во второй половине 90-х годов. В это время можно отметить уже довольно большой поток этнически ориентированных изданий – локальных и общероссийских и даже международных.



Мы фиксируем, что в настоящее время (2010–2011 гг.) этнически ориентированные издания выходят практически во всех полиэтничных регионах России. Особенно много их в столице и других крупных городах, где национальный состав населения наиболее разнообразен, а этнические элиты наиболее деятельны. Иногда этническая община или диаспора издает не одно, а несколько своих газет и журналов, нередко конкурирующих между собой (например, татарские, азербайджанские, армянские, еврейские и прочие издания в Москве, Петербурге и др.). Рассмотрим некоторые характеристики этих газетных изданий.

- **Внешний вид** этих газет различен – от многостраничных изданий большого формата до маленьких двух- или одностраничных листочков формата А4. Как правило, это зависит от финансовых возможностей общины и ее спонсоров.
- **Красочность, иллюстрирование и даже шрифт** также зависят от статуса и финансовых возможностей газет и самих диаспор или этнических общин. Хотя в последнее время качество печати и этих изданий заметно улучшается. Некоторые газеты разноцветны и обильно иллюстрированы, особенно в крупных центрах.
- **Периодичность.** Абсолютное большинство этнических изданий выходят регулярно, через месяц-два, иногда с интервалом в полгода, зачастую номера этих изданий сдвоенные. Но есть и приятные исключения. Например, газеты «Азербайджанский Конгресс» (с 2008 г. – еженедельник), «Азеррос», «Международная еврейская газета», «Немецкая газета», татарские и другие выходят, как правило, регулярно.
- **Издатели.** Важным остается вопрос об авторстве этих изданий и их публикаций. Отметим, что далеко не все издания информируют читателей об этом важном вопросе. Создается впечатление, что это издания некоторых групп этнической интеллигенции, чаще всего гуманитарной, и активистов или лидеров этнических сообществ. Как правило, информация адресуется представителям своего этноса или «своему народу», своим единоверцам или целым группам родственных этносов, но иногда и местным или российским властям.
- **Язык.** Общероссийские издания выходят, как правило, на русском языке, а локальные (региональные) нередко на двух языках – на своем этническом и частично на русском. Но есть исключения и в крупных городах. Например, газета «ЕНТЕШЕМ» («Земляки») – орган московской чувашской НКА выходит на двух языках, также как и «Татарские новости» – газета татар Российской Федерации, «Тольш» – независимая общественно-политическая газета тальшей (СПб.), «Казак Тили – Казахский язык» – газета российских казахов, «Мигрант» – газета российских кыргызстанцев, и др. Названия газет также могут быть на своем этническом языке, иногда с переводом на русский.

- **Тиражи** газет не всегда указаны в выходных данных. Но некоторые издания говорят об этом открыто. Если «Международная еврейская газета» или «Татарский мир» имеют тираж 15 тыс. экз., газета «Татарские новости» – 50 тыс.(!), «Московская немецкая газета» – 13,6 тыс., «Азербайджанский Конгресс» – 7 тыс. (в 2011 г. ее тираж вырос), а «Русская газета в Удмуртии» – 10 тыс. экз. (как и издание «Мы говорим» для нацменьшинств стран СНГ и Прибалтики), то «Талышский вестник» (Москва), например, – 5 тыс., «Толыш» (СПб.) – 3 тыс., а газета самарских немцев «Волжский курьер» – 500 экз.
- **Читатели.** Встает вопрос: на какую аудиторию рассчитаны эти газеты и журналы? С первого взгляда, естественно, представляется, что этнически ориентированные издания и рассчитаны на читателей той национальности (или конфессии), о которой идет в них речь, а также – на всех граждан любой национальности, кто пожелает читать эти газеты. Но, конечно, читают эти газеты далеко не все члены этнической общины, проживающие вдали от своего «этнического дома». Как правило, основные читатели – это, прежде всего сами создатели газеты, авторы публикаций и близкие к ним этнические активисты. Именно они и подписываются на эти издания, которые распространяют зачастую бесплатно – в культурных центрах этнических общин, в постпредствах, в культовых учреждениях, иногда – в библиотеках, в магазинах, ресторанах и даже на рынках (например, азербайджанские, вьетнамские и др.). Представители принимающего сообщества, к сожалению, просматривают эти газеты редко. И это в основном авторы материалов (ученые, чиновники, отдельные граждане), которых приглашают сами создатели газет.
- **Содержание** подобных изданий, конечно же, не ограничивается только описанием проблем и событий конкретной общины или региона. По охвату тематики газеты можно условно разделить на: международные, общероссийские и локальные. В свою очередь, и эти группы совмещают в себе несколько типов изданий: издания для представителей одной этнической группы (это могут быть и международные, и общероссийские, и локальные газеты); издания для ряда близких соседей или нескольких этнических общин региона; издания для представителей одной религии (это также могут быть и международные, и общероссийские, и локальные газеты); смешанные издания.

Подчеркнем, что, анализируя материалы этнических СМИ, всегда важно помнить, что этнические газеты, как и интернет-сайты, это каналы информации, которая специально готовится и намеренно распространяется среди потребителей с целью сформировать определенное мнение о предметах и явлениях, о которых идет речь. Но, как известно, это особенность не только этнических, а и любых других информационных каналов.

Тематика современной этнической прессы

Аспектов своей общинной жизни, которые затрагиваются и освещаются в этнической прессе, множество. Причем у каждой общины и у каждой ее газеты – особенные акценты. В ходе нашего исследования выяснилось, что одним из важных вопросов для общинной прессы и этнических активистов в современной ситуации является организационный вопрос (то, что условно можно считать «мобилизацией» этнических сообществ). Это собиранье своих соплеменников в определенные организованные сообщества на конкретной территории и психологическое их единение как целой

группы; это создание управленческих структур данных сообществ; официальное закрепление статуса созданной группы в регионе или в стране; это забота о количественном и качественном расширении этих групп и об их материальном обеспечении; забота о поддержании этнического самосознания у соплеменников; это налаживание связей с местными властями и общественностью; это также поддержание устойчивых связей со своей этнической родиной; это определение стратегий и направлений своего дальнейшего развития и т.д.

Заметим, что проблемы пришлых этнических меньшинств (диаспор) и автохтонных этнических общин не во всем совпадают, хотя, несомненно, у них прослеживается ряд общих черт. И те, и другие делают акцент на закреплении, а также укреплении своей группы в городе и в регионе и на создании ее позитивного имиджа у большого сообщества. Лидеры общин выполняют и вполне житейские задачи, например, содействуя землякам с помощью своих СМИ и авторитетных земляков в их обустройстве и процветании на новом месте, поддерживая и сохраняя единство членов своей группы, их коллективную и индивидуальную этническую идентичность и этнический патриотизм, поддерживая связи с этнической родиной, помогая преодолеть житейские трудности и даже найти себе спутников жизни в своем сообществе.

Одна из важнейших тем, затрагиваемых этнической прессой, – сама миграция и миграционная политика в России. Идеологов и лидеров новых этнических сообществ, также как и старожилов, и всех россиян, интересует процесс и последствия неорганизованного и пока еще слабо управляемого переселения мигрантов в нашу страну. Правда, порой не совсем понятна направленность материалов, публикуемых в газетах по этой теме.

Например, читателям (среди которых, как предполагается, в основном недавно приехавшие) сообщают, что, «...по словам властей Москвы, механизм квотирования иностранной рабочей силы будет только ужесточаться...», что, по утверждению московских чиновников, «зарплата москвичей, владеющих рабочими профессиями и желающих по-настоящему трудиться, могла бы быть на 60% выше, не будь у них конкурентов из бедных стран. Зарплата москвичей снижается пропорционально росту числа трудовых мигрантов в городе..., столичные власти просто развратила дешевая рабочая сила...» – так газета «Азербайджанский Конгресс» цитирует слова заместителя главы ФМС (АК. 19.03.2010). Казалось бы, приедем знать подробную информацию нет необходимости. На первый взгляд, это может только встревожить их и заставить еще больше волноваться по поводу своего, не всегда легального пребывания в чужом городе. Но если взглянуть пристальнее, то можно увидеть, что людям, приехавшим в страну и желающим заработать даже небольшие деньги и помочь своим семьям, эта информация помогает понять, что их приезд сюда – это теперь не только их дело. За ними стоит и их поддерживает их землячество, их этническое сообщество, и что, только объединившись вместе, они смогут отстаивать свои индивидуальные и коллективные права.

Обратим внимание, что процесс встраивания этномиграционных групп в общественную жизнь страны проходит теперь не совсем стихийно. Более того, иногда в процессы формирования и даже упразднения руководящих структур этнических сообществ вступают и высшие российские органы власти, как например, в связи с ликвидацией Федеральной национально-культурной автономии украинцев России в январе 2011 г. (что является исключительным случаем)¹⁶. Хотя чаще всего за интеграцией приезжих в новую жизнь следит российская миграционная служба. Этнические

активисты также довольно подробно отслеживают и освещают в своей прессе многие нюансы этномиграционной политики в Москве и других крупных российских регионах. Судя по информации своих газет, они тщательно следят за общей миграционной ситуацией в России и с помощью экспертов оценивают ее перспективы в ближайшем будущем. Например, ссылаясь на серьезные международные исследования, газеты информируют свою аудиторию об основных тенденциях миграционных процессов и в нашей стране: «...В ближайшие 20 лет России потребуется свыше 12 миллионов мигрантов, чтобы компенсировать сокращение трудовых ресурсов. ...В предстоящие годы чистая миграция рабочей силы восполнит лишь примерно 50% совокупной численности естественно убывающего населения РФ» (АК. 26.03.2010).

Актив этнических диаспор и общин, недавно обосновавшихся в России, следит не только за общей миграционной ситуацией в стране, но и за российским законодательством, которое касается жизни этнических сообществ, что также фиксируется этнической прессой. Это, в частности, касалось недавних решений российского правительства об ограничении торговли иностранцев на рынках страны. Это относится и к деятельности Федеральной миграционной службы России, которая готовила поправки в закон об иностранных гражданах и планировала «создать целую систему интеграции и адаптации иностранцев в России»¹⁷. Правда, при этом подчеркивается, что «...упрощенный порядок въезда в Россию коснется только высококвалифицированных иностранных специалистов» (АК. 09.04.2010).

Этническая пресса – это, и в самом деле, своеобразная дискуссионная площадка для представителей этнических общин и крайне редко – для представителей принимающего населения. Хотя проблемы, освещаемые и актуализируемые на этой площадке, важны для обеих сторон. Именно поэтому сюжеты публикаций касаются в основном жизни этнических соплеменников и крайне мало – жизни принимающего сообщества и страны в целом. Объективный читатель видит две разные группы изданий – федеральную и региональную печать, представляющую главным образом мнение принимающей стороны, и этнические СМИ, которые представляют в основном взгляд на ситуацию с точки зрения диаспорного сообщества. Силы их (творческие, финансовые, эмоциональные) пока неравнозначны. Но, развиваясь довольно интенсивно, используя большой этноэмоциональный потенциал и свою массовую этническую аудиторию, этнические СМИ могут со временем стать более серьезной силой в принимающем сообществе.

* * *

Таким образом, анализ медийных материалов еще раз показывает заметную роль этнических каналов массовой информации в строительстве новых полиэтнических реалий в стране. Этнические СМИ (включая и многие интернет-продукты) принимают деятельное участие в становлении и организации новых этнокультурных, этнодемографических и этнополитических ситуаций.

Трудно не согласиться с тем, что, с известной долей критичности, можно использовать информацию современной этнической прессы и этнических (официальных) сайтов в качестве источника для еще одного взгляда на процессы этнического развития и межэтнического взаимодействия народов постсоветской России. Этнические СМИ дают определенную возможность наблюдать процессы расселения мигрантских групп по всей территории России и процессы организации их в новые этниче-

ские сообщества, их закрепление в новых местах и взаимодействие с местным населением и властями. С помощью анализа материалов этнических изданий можно проследить, как в России начала XXI века формируется постсоветская полиэтническая общность – российская нация. Пресса показывает, что этот процесс нелегкий и непрямолинейный. Если в начальный период миссией этнических СМИ было способствовать адаптации и интеграции этнических меньшинств в окружающее их новое пространство, создавать им психологические условия для поддержания и развития своей этнической культуры, то на рубеже 2010-х годов на первый план в их деятельности выходит консолидационная миссия внутри диаспор.

Анализ информации СМИ также показывает, что жизнь недавно появившихся в разных регионах страны групп этнических сообществ – это процесс не совсем стихийный. И их переезд, и их адаптация – это во многих случаях уже не только личное дело каждого «новожителя». Прибытие и пребывание мигрантов на новом месте – часть большого процесса передвижения человеческих и трудовых ресурсов по планете. И этот процесс стараются взять под свой контроль новые этнические элиты, появившиеся также в процессе переселения в Россию больших масс мигрантов (или сформировавшиеся в сложной борьбе из этнических старожилов). Доминирующей идеей для сплочения земляков и соплеменников становится при этом идея о необходимости и пользе совместного существования членов этнического сообщества, идея о том, что только вместе, сплоченной этнической группой, «мы» сможем защищать и отстаивать свои права в иноэтничном окружении. Внедрение этой идеи в массовое сознание своих сородичей (в том числе и через этнические СМИ) – одна из форм поддержания их солидарности и этнического самосознания, их сплочения и этнической мобилизации.

Но для этнических функционеров цели укрепления своих диаспор и управления ими гораздо шире. Впервые рассмотрев материалы этнически ориентированных российских изданий, мы выделили следующие важные этнокультурные и этнополитические направления их деятельности, мобилизующие идентичность диаспорных сообществ:

- **Собирание своих соплеменников** в единые группы (сообщества) и юридическое закрепление их статуса в регионах и в стране. При этом в своем сообществе распространяется идея: *«Мы должны быть вместе»*.

- **Укрепление этнонациональной и групповой (диаспорной) идентичности** и солидарности у членов диаспор и других сообществ и утверждение «своих» этнонациональных идей и ценностей в сознании членов группы: *«Мы – представители своего этноса и своей страны; Мы, живущие на новом месте, – часть своего народа и своей страны; Мы – единое этническое сообщество (единая диаспора) в России или в регионе; Наше родство и единство должно поддерживаться. Это – путь к благополучию нас всех на новом месте; Наши корни, язык и наша история не должны забываться и на новом месте»*.

- В целях сплочения группы этнические элиты манипулируют этнической историей и культурой, сочиняют новые и исправляют старые мифы о своей «материнской» стране, о своей этничности и о межэтнических (и межгосударственных) отношениях, делая упор на этнические чувства. Они окружают свою общину (диаспору) определенной стеной-границей под названием «МЫ», используя лозунг этнической взаимопомощи и защиты.

- В общественное сознание своих и принимающих жителей **внедряются идеи**: *«Мы – члены отдельной этнической группы. Только в единой группе (диаспоре) мы можем сохранить свое настоящее и будущее на данной территории...»*.

- **Общероссийская идентичность** акцентируется в этнических СМИ гораздо меньше и вообще слабо.

- **Актуализируются** (а порой и драматизируются) этнические и национальные чувства. Это происходит через мобилизацию недовольства или чувства гордости: *«Мы должны помнить наши исторические и национальные обиды; Мы должны гордиться нашими ценностями и нашими героями; Нельзя забывать наш язык, наши национальные праздники, нашу пищу, нашу материальную культуру, нашу религию; Необходимо поддерживать неразрывную связь с нашей родиной...»*.

- Целенаправленно **формируются новые этнические элиты** и структуры: усиливается работа с молодежью (клубы, школы, центры...), воспитываются функционеры и активисты, руководители диаспор и групп, создается «авангард», осуществляется забота о старых и новых руководящих кадрах; оформляются группы этнических активистов и среди профессиональных сообществ («этнические выпускники» МГИМО, МГУ, других вузов, этнические активисты в среде журналистов, офицеров).

- **Формулируются цели этнических групп** и диаспор, проводятся организационные съезды, консолидируются единомышленники, пересматриваются уставы и программы сообществ.

- Поддерживается **идея «наращивания темпов»** в деятельности этнических групп.

- Ставится **вопрос о правовом статусе** новых этнических формирований в принимающем сообществе; распространяются идеи о необходимости отстаивания и защиты прав – индивидуальных и групповых, о важности устранения и предупреждения любых случаев нашей дискриминации... Утверждается тезис о том, что: *«У нас должны быть равные права со всеми, живущими в данном регионе (стране) гражданами»*.

- Стимулируется **локализация сознания** членов своей группы на новом месте. В СМИ и в общественном пространстве фиксируется время «нашего появления» и проживания на конкретных территориях. Укрепляется взаимодействие с федеральной и местной властью и с местным населением.

- **Создаются программы** увековечивания своих героев и персонажей на новых местах в России.

- Обновляются **языковые стратегии** новых этнических сообществ, имеющие как символическую, так и практическую ценность. Акцентируется необходимость сохранения, развития и использования на новом месте своего этнического языка, необходимость обучения своих детей в этнически-ориентированных школах, важность развития своей **этноиздательской деятельности**; распространяется идея о необходимости «оживления», поддержания и развития своей **этнической культуры** в иноэтническом окружении (литература, фольклор, музыка, традиции ...).

- Ставится задача **непрерывного создания и функционирования своих этнонациональных СМИ**: для обмена информацией; для более широкой пропаганды своих этнических идей; для более оперативного общения со своими соплеменниками. Создаются официальные сайты НКА, библиотеки, социальные сети.

- Организовываются **этнические мероприятия** для своих соплеменников: форумы, конгрессы, общественные кампании, праздничные и юбилейные мероприятия;
- Внедряются в общественное сознание идеи о том, что: *«Нам необходимо объединяться, строить и укреплять в новых местах свои этнические структуры, растить и обучать свою этническую элиту, поддерживать своих соплеменников в чужой среде, лоббировать наши групповые и этнонациональные интересы в новом пространстве...»*.

• Распространяется идея о необходимости **усиления роли диаспоры** в жизни современной России. Этнические меньшинства и диаспоры (их элиты) стремятся к участию и к получению политической власти.

• Создаются транснациональные объединения по этническому признаку; этнические группы консолидируются и **выходят на международную арену** – образуются ассоциации, конгрессы, форумы и общие информационные площадки для защиты своих интересов и их поддержки и для формирования и закрепления этнического единства на новых территориях; для совместной деятельности, сотрудничества и партнерства (Малькова 2011).

В данной работе мы намеренно не рассматривали позицию принимающей стороны и последствия становления новой полиэтнической мозаики в России. Надеемся, услышав мнения оппонентов, сделать это в ближайшем будущем.

¹ Некоторые фрагменты из монографии «Мобилизация этнических сообществ в современной России. По материалам этнических СМИ» (Малькова 2011).

² Институт этнологии и антропологии РАН стал пионером в исследовании проблемы «Этничность и СМИ» еще с начала 1970-х годов. См., например, многочисленные работы В.К. Мальковой.

³ Подробнее см.: Малькова 1993, 1995, 2000; Малькова, Тишков 2002; Диагностика толерантности... 2002 и др.

⁴ Об этом см., например: Esman 1994; Brass 1974. (Цит. по: Аклаев 2005: 84–92).

⁵ Отметим, что до сих пор нет единого мнения – действительно ли Интернет можно причислить к СМИ. Мы склонны считать, что это так, поскольку ресурсы Интернета во многом выполняют те же функции, что и пресса, радио, телевидение.

⁶ Федеральный Закон о национально-культурной автономии №74 – ФЗ от 22 мая 1996 г. URL: <http://www.sovetnic.ru/documents>.

⁷ Об этом мы довольно подробно писали в других работах. См.: Малькова 2004 и др.

⁸ Об этнической журналистике в Канаде, например, см.: The Yonge Street Review. 29.03.2001. URL: <http://www.newcanada.com>

⁹ В Крыму учрежден Союз журналистов этнических СМИ. URL: <https://ria.ru/20011118/17280.html>

¹⁰ Этническая пресса создала свою ассоциацию // Ноев ковчег. 2008. № 10 (133). URL: <https://noev-kovcheg.ru/mag/2008-10/1393.html>

¹¹ Круглый стол «СМИ и современное российское общество: проблемы формирования благоприятной информационной среды» состоялся 10 сентября 2010 г. в Московском доме национальностей. URL: <http://www.mdn.ru>.

¹² Россия открывает двери // Азербайджанский конгресс. 09.04.2010.

¹³ Мы благодарим создателей газеты «Азербайджанский Конгресс» и лично ее главного редактора А.Ф. Дашдамирова, предоставивших нам возможность регулярного знакомства с ее публикациями.

¹⁴ Газета «Азеррос» была зарегистрирована 20 июля 2000 г. как печатный орган Федеральной национально-культурной автономии азербайджанцев России. Газета адресуется широкому кругу читателей, проживающих на территории Российской Федерации и в других республиках СНГ и Балтии. Основной ее целью является своевременное информирование о важнейших общественно-политических и культурных событиях и фактах, происходящих как в России, так и за ее пределами. Приоритетными темами газеты являются статьи, посвященные богатейшей культурной мозаике России, созданной многочисленными ее народами, поднимающие проблемы социально-культурного развития проживающих в России представителей разных национальностей, межэтнических взаимоотношений и т.п. Газета «Азеррос» принимает самое активное участие в содействии становлению гражданского общества в России. Периодичность ее – 2 раза в месяц. Тираж: 30 тыс. экз.

¹⁵ Мы подчеркиваем, что широко использовавшееся еще в первой половине XX в. понятие «национальная пресса» отражает совсем иное явление, и связано оно не с изданиями этнических меньшинств, а с прессой республик – советских, а впоследствии российских.

¹⁶ Информация о решении Верховного суда РФ по этому поводу была опубликована в нескольких СМИ. В частности, сайт «Перспективы» (<http://www.perspectivy.info>), ссылаясь на «Независимую газету», отмечает, что «украинской организации были предъявлены конкретные претензии, в том числе и о том, что ее руководители от имени автономии делают громкие политические заявления, которые вряд ли можно назвать нейтральными для России. Именно это придает ликвидации политический оттенок... Но уместно ли содержать такую автономию за счет российских налогоплательщиков?», – задают вопрос журналисты.

¹⁷ Как уже отмечалось, указом Президента РФ ФМС была упразднена 5 апреля 2016 г.

ЭТНИЧЕСКИЕ САЙТЫ В РОССИЙСКОМ ИНТЕРНЕТЕ¹

Основываясь на известном принципе, утверждающем, что для того, чтобы понять явление, надо его измерить, мы обратились к одному из удивительных явлений нашего времени – Интернету. Как известно, Интернет проявился и распространился в мире в последние десятилетия XX столетия, и почти сразу человечество оказалось в новом информационном пространстве. Теперь это пространство могут расширять не только элитарные представители, но и каждый простой интернет-пользователь. И в результате это явление теперь широко используется в бизнесе, в политике, в общественном управлении, в маркетинге, в культуре, в науке и в обычной жизни. Он служит людям для хранения и передачи информации во всех сферах жизни, хотя, по мнению некоторых исследователей, интернет-пространство все еще остается «всемирной свалкой, хаосом» (Шикула 2006).

Тем не менее сторонники Интернета видят многие преимущества этого информационно-коммуникационного феномена. Это – дистанционный и по желанию – анонимный характер общения, это возможность контактировать одновременно со многими людьми, самостоятельно и произвольно устанавливать режим общения, а при необходимости прерывать его (Кутюгин 2009). К настоящему времени число пользователей Интернета в мире составляет по некоторым данным более 5 млрд человек. В нашей стране, по данным Фонда «Общественное мнение», суточная аудитория Интернета весной 2017 г. составляла 61% взрослого населения². Абсолютное большинство россиян считают, что в целом изобретение Интернета принесло людям больше хорошего, чем плохого. И для нашего полиэтничного российского общества крайне актуально научное изучение интернет-деятельности, особенно в сфере межэтнических отношений.

Интернет-пространство огромно и в настоящий момент почти необозримо. Поэтому исследователи, которых сразу же привлекло это явление, в зависимости от своих целей пытаются по-своему систематизировать его контент. Это относится и к этнически окрашенной интернет-информации. Поскольку наше общество многонационально (или полиэтнично), то и интернет-пространство, и распространяемая в нем информация также не могут быть моноэтническими. Пользователи или участники интернет-коммуникации – от представителей государственных этнонациональных сообществ до обычных людей, сами являются представителями разных национальностей, республик и стран и могут открыто, а иногда и инкогнито, выступать от их имени, представлять для большой интернет-аудитории интересы своего этнического сообщества. Поэтому при исследовании разных аспектов проблемы «Интернет и этничность» в огромном виртуальном пространстве важно выделить, хотя бы условно, его этнический сегмент. Более или менее четкими маркерами этнического и национального интернет-контента, также как и в традиционных СМИ, можно считать употребление в интернет-публикациях *любого этнонима и его производных* (немец, татарин, чуваш и другие, а также – немецкий, татарский, чувашский и т.д.); *упоминаний этнонациональной символики, музыки, этнических языков, религий*; а также *упоминаний о материальной и духовной культуре народов, о традициях, образе жизни, об истории и их героях; упоминаний стран, республик, столиц*. В их число входят и упоминания о межэтническом взаимодействии народов и стран³.

С помощью Интернета этничность в разных ее формах может проявляться, декларироваться и манифестироваться не только в привычном для нее географическом

пространстве, на территории своей этнической цитадели, но и на пространстве всей России, а также из-за рубежа.

Этнически окрашенная информация (этническая информация) в интернет-пространстве огромна. И изучать ее нелегко из-за огромного разнообразия форм распространения. Это – форумы, доски объявлений, фотографии, учебники, интернет-журналы, новостные сайты, коллективные блоги и т.д. Тем не менее в Интернете сравнительно легко найти людей со схожими интересами и взглядами на мир, что стимулирует создание сообществ людей, имеющих общие интересы. Подобные виртуальные группы или интернет-сообщества (communities) постепенно начинают играть немалую роль в жизни всего общества. В ИЭА РАН в 2017 г. было проведено исследование, позволяющее увидеть, хотя бы приблизительно, некоторые российские интернет-сообщества, участники которых объединены по этническому признаку. Что это за объединения? И в чем заключается их деятельность, какие цели общения их участников? – Все эти и другие вопросы стали частью нашего исследования. С помощью поисковых систем мы выделили так называемые русскоязычные этнические интернет-сайты представителей 8 российских народов: *Чувашиские, Удмуртские, Татарские, Башкирские, Мордовские, Бурятские, Тувинские, Якутские*. Среди них – государственные, общественные и персональные. Всего были выявлены и рассмотрены более 1000 сайтов, где общаются представители названных этнических групп и их гости.

Таблица 1

Основная тематика, затрагиваемая на сайтах разных этнических групп (%)

Сайты	Чувашиские	Удмуртские	Татарские	Башкирские	Мордовские	Бурятские	Тувинские	Якутские
Об Интернете	16,7	33,6	14,0	13,0	12,1	11,8	22,5	18,6
О СМИ	6,7	8,3	6,7	2,9	7,1	6,3	4,2	9,4
О республике		–	3,1	2,9	12,8	8,3	8,3	1,0
О языке	15,6	30,6	7,9	5,0	2,8	7,6	7,5	–
Об образовании	6,7	2,8	3,0	2,9	2,1	1,4	3,3	1,0
О самосознании	–	–	4,9	–	6,4	5,6	–	1,0
Музыка	–	–	4,3	5,0	1,4	–	–	–
Знакомства	1,1	–	17,1	3,6	2,8	4,2	2,2	1,0
Реклама	–	2,8	5,5	17,3	10,6	9,0	5,8	30,9
Магазины и бизнес	–	2,8	5,5	9,4	4,3	5,6	2,2	12,4
Москва	–	–	3,7	2,9	2,8	2,8	0,8	1,0
Объявления	7,8	2,8	–	0,7	1,4	1,4	0,8	0,4
Другое								

Направленность деятельности интернет-сайтов с этнической окраской довольно разнообразна. Мы условно разделили их на несколько групп.

Первая группа – это этнореспубликанские сайты, или официальные сайты республиканских органов управления, чья деятельность и информация направлены на жителей конкретных республик и отчасти – на внешних потребителей. Основная задача этих сайтов – информировать своих и иных пользователей о результатах развития республик в составе РФ, о жизни своих граждан, о сохранении и развитии этнокультурных особенностей и других форм этничности титульных этносов во всех ее проявлениях. Здесь, наряду с официальной и сдержанной, вполне толерантной общей информацией о жизни многонациональной республики, как правило, ярко присутствует этнический окрас титульной национальности: этнореспубликанская символика, природа, иногда – фрагменты национального языка, культуры, истории, традиций⁴.

На некоторых сайтах активно рекламируются предметы этнонационального творчества, ставшие своеобразными брендами республики. Например, на сайтах Саха – это *якутские ножи, якутские унты, якутские бриллианты, алмазы, кампании, магазины, ювелиры... Сокровища Якутии, Остров сокровищ...* – такие словосочетания звучат с разных сайтов этой республики. В официальных сайтах Тувы своими брендами называют *тувинских овчарок и тувинское горловое пение хоомей*. А буряты гордятся своими *лекарственными травами, национальными костюмами, шаманскими бубнами*. Большой набор брендов и у башкир: *башкирский фарфор, башкирские птицы, башкирский гусь, башкирские травы* и, конечно же – *башкирский мед*. А из мордовских сайтов можно узнать об их особых *мордовских блинах, напитках, сырах*, о том, что в Мордовии живут *мордовские ходоки и мордовские девчонки, мордовские пеньководы и ведуны*, здесь же действуют интернет-сообщества *мордовских рыбаков, болельщиков и оружейников*. Удмурты гордятся тем, что на их земле жили такие известные люди, как великий русский композитор П.И. Чайковский, оружейник Михаил Калашников, известная лыжница Галина Кулакова. Они называют свою республику прародиной финно-угорских народов⁵. Все это, безусловно, способствует поддержанию национальной гордости жителей республик, формированию у них – и особенно у представителей титульных этносов – национальной гордости и этнореспубликанской идентичности.

В этой группе официальных республиканских сайтов при всей их толерантности, иногда все же встречаются и конфликтные высказывания, идеи, мнения, обиды и предложения. В основном они касаются экономической сферы и проблем финансирования. Частично они связаны и с межэтническими отношениями в республике или в стране, с вопросами истории. Но в целом, как показал предварительный анализ этого сегмента, в настоящее время, не считая мелких уколов в сторону федерального центра, а упоминание Москвы и федерального центра встречается с разными комментариями практически у всех этнических интернет-групп, эта группа авторов и комментаторов в основном лояльна, толерантна и миролюбива. Вместе с тем, нельзя не видеть, что эти, так называемые «этнонациональные сайты» и деятельность их участников в основном направляются на формирование массовых представлений населения только о своей республике, и преимущественно – об одном своем этносе. Общероссийская тематика представлена здесь довольно слабо. Ощущается заметный дефицит идей включенности республики в общую жизнь страны, идей единства народов, их общих целей и интересов. Если учесть, что эта группа сайтов в определенной степени контролируема и регулируема республиканскими политико-идеологическими элитами, то важно не упускать эту значимую площадку для формирования и общероссийской идентичности.

Вторая условная группа – это сайты «для своих» в республиках или, условно говоря, «замкнутые интернет-сообщества». Информация там присутствует как на русском, так и на других этнических языках, что сразу же ограничивает число участников этих сообществ. Нередко это языковое ограничение и является целью организаторов, которые хотят обсуждать свои этнические вопросы без привлечения иноязычных членов. Именно здесь остро ставятся *вопросы сохранения своей этнической группы, вопросы воспитания и образования, в первую очередь – развитие языка, са-мобытной истории, сохранения своих традиций, религиозных взглядов* и обсуждаются *стратегии развития своего этноса*. Как оказалось, не всегда, но все же нередко, такие сайты поддерживаются сородичами, проживающими за рубежом России (например, у тувинцев, у чувашей и у некоторых других, что отражено и зафиксировано на их форумах).

Много внимания уделяется на этих сайтах размышлениям о своей республике, о проблемах, которые необходимо решать в ней и в решении которых должны принимать участие не только местные жители, но и члены их этнических диаспор. В этих интернет-группах также нередко, но уже более направленно, обсуждаются проблемы, волнующие представителей титульных национальностей. Здесь акцент делается в основном на гуманитарную сферу – *язык, история, образование*. Например, тувинцы сообщают, что их *«сообщество создано группой неравнодушных граждан, которым небезразлична Тува»*. На сайте www.Tuva.Asia.ru, где публикуются так называемые «тувинские гражданские журналисты», активисты сообщества предлагают пользователям принимать участие в создании своей истории. В сети «ВКонтакте» (vk.com/public68056470) также звучит призыв: *«Сотворим вместе историю тувинского народа!»*. И здесь поднимаются вопросы о судьбе и о знании языков – русского, своего этнического и английского.

Удмуртских пользователей заинтересовало: *«Какова потребность в существовании удмуртскоязычного Интернета? Насколько это острая для удмуртской культуры и языка проблема?»*. Автор блога Роман Романов (<http://kazak-of-sky.ru/>), отвечая на этот вопрос, заметил: *«Острая потребность в существовании удмуртскоязычного интернета наблюдается только у кучки людей, число которых не превышает 150–200 человек. 100 человек в сутки – стандартная посещаемость самого популярного удмуртского ресурса – группы Удмуртлык “ВКонтакте”. И это число уже год как не растет, несмотря на рост группы. ...Потребность в существовании удмуртского интернета есть только у ядра из 200 человек. 20 человек этот интернет делают для остальных 180 человек. Для профессиональных удмуртов представительство языка и культуры в интернете лишь очередная задача, за которую поглядят по головке и после этого это самое представительство можно положить в долгий ящик»*.

На одном из форумов (m.vk.com) пользователь (Татьяна Березина) задает вопрос: *«Мокшанский и эрзянский языки планируют преподавать во всех школах Саранска. Плохо это или хорошо, как считаете?»* (#мордовия#эрзя#мокша <https://m.vk.com/wall>). Ответы последовали разные: *«по-моему – это круто»* (Эдик Васякин. 11.05.2016); *«По-моему, это бесполезные знания»*, – отвечает другой (Сергей Ежов. 14.11.2016). По этому поводу в этнических группах обсуждаются направления

развития национальной культуры и литературы (сайты *чувашей, татар, башкир, бурят, тувинцев, якутов*) и необходимость подготовки словарей – двуязычных и трехязычных (*чуваши, татары, башкиры, мордва, буряты, якуты*).

Вообще, проблемы образования и развития титульных языков занимают в Интернете большое место. Звучат разные мнения, например: «*Чувацкий язык вымирает*» (www.jazyki.ru/chuvashkij/). И тувинцы также считают, что их язык умирает и призывают: «*Не дадим умереть тувинскому языку!*» (www.fb.ru/article/325792/tuvinскийязык/). А удмурты, наоборот, отмечают, что их язык становится в Интернете все более популярным (www.finnougotia.ru/news/8304).

Характерно, что участники этих интернет-сообществ – в основном молодежь, которую волнует судьба своего этноса. Но российские республики многонациональны, и русский язык не менее важен для населения, поскольку позволяет представителям всех этнических групп общаться и понимать друг друга не только внутри республики, но и за ее пределами.

Третью группу интернет-сайтов организовали так называемые новые этнические сообщества (условно говоря – мигранты). Их участниками являются представители этнических групп, переехавшие на новое место жительства из российских регионов и из-за рубежа. Их организаторы живут в основном в крупных российских городах – Москве, Петербурге, Екатеринбурге, Новосибирске и других. Самыми многочисленными представляются этнические интернет-сообщества Московского региона. Здесь есть не только стихийные и изменчивые виртуальные сообщества, которые появляются, а потом могут заглухнуть, а вполне официальные и устойчивые этнические общественные организации, как правило, объединенные в Московском Доме национальностей. Они официально зарегистрированы местными властями и хорошо влились в общественную жизнь региона. Нередко их активисты издают свои газеты, помогают вновь прибывшим землякам обустроиться на новом месте и устраивают различные праздники для своих соплеменников и гостей. И об этом регулярно извещают свое сообщество и другую московскую общественность через свои интернет-сайты.

Среди основных целей активисты национально-культурных сообществ выделяют: *содействие сохранению и развитию национального языка в иноязычном окружении; сохранение традиций и национальной культуры в различных формах (путем создания культурных центров, средств массовой информации, полиграфии, становления национального образования и т.д.); содействие в реализации и защите прав и свобод, национального достоинства; участие в борьбе с расизмом, национализмом во всех его формах и проявлениях*. Так записано, например, на сайте Чувашской МЧНКА, созданной в январе 2000 г. (<http://nasledie.nbchr.ru/etnos/chuvashi/>). В Интернете звучат призывы: «*Чуваши в Москве! Объединяемся! Группа для тех, кто родился в республике Чувашия и покоряет Москву!!!*» (<https://ok.ru/group/>).

Отметим, что большая часть сайтов для приезжих практична и направлена на помощь соплеменникам в их адаптации на новом месте. Здесь виден акцент на актуальную для сородичей и земляков справочную информацию – реклама и объявления о трудоустройстве, о светском и религиозном образовании, о репетиторах для школьников, о специальных медицинских учреждениях и т.п.

Мы приведем перечень разнообразных проблем, которые обсуждают этнические единомышленники на таких сайтах. (Авторское правописание и стиль сохранены – *В.М.*). Это обустройство в Москве (<https://vk.com/club9686606>); это поиски работы:

«мордва! помогите с работой в москве. вахтой мы с братаном уже полгода без работы» (Сергей Суринов. 20.08.2015); это поиски жилья: *«ребята, привет. ищу комнату на севере. пиши если есть варианты»* (Екатерина Дерябина. 27.09.2015); это и знакомство с девушками: *«Мордовки, давайте знакомиться»* (Макс Максимов. 23.12.2015); это просто общение с соплеменниками. И, конечно, это обсуждение проблем своей *«этнической родины»*. Здесь же множество объявлений о традиционных музыкальных инструментах, о других изделиях и этнических сувенирах. И большое внимание уделяется этнонациональным брендам, рекламе этнических магазинов.

Немалый интерес у пользователей вызывают сайты о знакомствах молодежи внутри своей этнической группы, причем, не только с целью брака. Такие сайты есть практически у всех названных выше этнических групп, но больше всего их у *башкир, бурят* и особенно – у *татар*, не только в Московском регионе и Петербурге, но и в Екатеринбурге, Оренбурге и других регионах, где также устраивают этнические вечеринки, вечера встреч и другие мероприятия.

Проблема сохранения этнического самосознания и языка волнует не только жителей республик, проживающих в них постоянно, но также и переселившихся в другие города их земляков, т.е. членов внутрироссийских «диаспор». Это видно, например, по отрывкам дискуссий в ряде сайтов о распространении языкового репертуара в отдаленных от этнического ядра регионах. Так, в Москве о потребности изучать свой этнический язык пишут *татары, якуты, башкиры, мордва*. Для соплеменников и земляков, живущих вдали от своей этнической цитадели, в Интернете работают и этнические музыкальные сайты (*татарские, башкирские, бурятские, тувинские*), издаются словари национальных языков (*чувашский, татарский, бурятский, мордовский, башкирский, якутский*), иногда не только с двойным переводом на русский, но и с тройным – еще и на английский.

В помещенной на одном из сайтов перепечатке из газеты «Удмуртская правда» под названием «В Москве, как дома», говорится: *«2015 год, как мы знаем, прошел в Москве под флагом родины – Удмуртии. В Государственном Кремлевском дворце состоялся концерт, посвященный нашей республике, на который приехала делегация из 165 человек – известные деятели искусств, ансамбли, руководящий состав.... В тот день, глядя на новое поколение удмуртов, кому нынче от 20 до 35, в душе проснулась гордость за малую родину! Рыжеволосые, зеленоглазые ребята говорили друг с другом на удмуртском, записывали на видео трансляции для удмуртских СМИ, писали об увиденном в социальных сетях, обменивались творческими планами. Еще лет 20 назад многие скромничали и умалчивали о своей национальности. Вы же помните? Новое поколение гордится своими корнями и языком. Для меня это было приятным и неожиданным открытием... Республика наша развивается за пределами своих географических масштабов, удивляет других, работает над своим имиджем. В Москве теперь, как дома... в Удмуртии»* (Анна Журавлева. <http://udmpravda.ru/articles/v-moskve-kak-doma>) 06.11.2017).

В столице активно работают мордовское интернет-сообщество, чувашское, башкирское и другие. Но самые многочисленные интернет-сайты в Московском регионе – татарские. На одном из главных сайтов под названием «Москва татарская» можно было прочитать: *«В Москве много татарских организаций, “столько же, сколько и татар!” – шутят некоторые, имея в виду энергичность и энтузиазм со-*

отечественников, которые неустанно занимаются общественно-полезной работой, придумывая все новые и новые татарские проекты. Татарские организации Москвы придают национальной жизни московских татар особый колорит. Кто-то во что бы то ни стало хочет быть главным, кто-то – его оппонент и соперник, кто-то аутсайдер, другие же просто трудятся и оказывают посильную помощь соотечественникам. И это неудивительно, ведь татар в Москве, говорят, уже за полтора миллиона. И пусть национальная жизнь кипит, пусть татары знакомятся, создают семьи и берегут родной язык, свои традиции и неповторимую, красочную, родную культуру» (<http://www.moskvatatar.ru/>). Многих участников виртуальных сообществ, а вернее – их активистов, волнуют организационные проблемы. Так, Московское тувинское землячество проводит перепись тувинцев, проживающих, обучающихся и работающих в Москве, и распространяет среди них анкету. Цель такой этнической переписи, как считают ее организаторы – реальная помощь своему землячеству.

Региональная общественная организация «Якутское землячество» названа в своем уставе добровольным, самоуправляемым, некоммерческим формированием, созданным по инициативе якутян, проживающих в Москве и Московской области. За год его состав увеличился в два раза (15.03.2012. <http://yktzem.ru/articles/news/17/>). «В рядах этой общественной организации уже более 160 якутян, объединившихся для содействия дальнейшему социально-экономическому развитию республики, сохранению и обогащению ее историко-культурного наследия, а также для защиты своих правовых, социально-экономических, творческих и национально-культурных интересов».

По-своему призывают к объединению земляков и представители мордвы: «Товарищи, активнее ... предлагайте новости, поездки, передача грузов, реклама. Опубликуем» (Мордва в Москве. <http://vk.com/mordvamsk> 26.06.2016); «ВСЕМ ВНИМАНИЕ!!! дорогие земляки. пожалуйста рекламируйте и лайкайте нашу группу. Наша цель – объединение нас. (подумайте: чувашки в Москве проводят свои вечеринки как минимум 2 раза в неделю. чем мы хуже??); объединяйтесь и создавайте прочные связи в Москве. и гордитесь что вы из Мордовии (Мордва в Москве. 04.06.2014). Активисты мордовских интернет-сайтов, как и некоторых других, увлечены идеей объединения «этнически своих» в новом для них регионе. В частности, они предлагают организовать «сходку мордвы эрзи и мокиши в Москве», предлагают объединиться для взаимопомощи и просто для общения. Приведем фрагменты нескольких таких интернет-сообщений:

➤ **Дима Рузин** 30 апреля в 16:34:

Шумбраши! Пацаны, давайте устроим сходку мордвы (эрзи, мокиши) в Москве. Предлагаю в СВАО, в Отрадном, хотя можно и в другом, это не обязательно. Давайте, объединяемся, а то че мы как русские разъединенные, по одному ходим, как лохи какие то. Даже чувашки уже в группы объединяются (www.vk.com>c lub9686606).

➤ **Андрей Сардаев** 8 июня в 10:41

Земляки и землячки, есть предложение создать группу в ватсапе. Может кому-то передать что-нибудь нужно, помочь. Ну и просто для общения. На мой взгляд, надо быть сплоченнее, стараться держаться вместе. Можете написать мне в личку номер своего мобильного, я вас добавлю! Всем удачи, покорители Первопрестольной.

➤ **Станислав Макеев** 14 мая в 13:41

Админы организуйте встречу, а то группа есть, а толку нет, активнее давайте.

➤ **Володя Косарев** 23 марта в 22:58

Я предлагаю мордовский автопробег устроить с мордовскими флагами по москве !!! Кто за ???

➤ **Фёдоров Александр** 24 ноября 2015

Братья и сестры! Присоединяйтесь к «Мордовское сообщество 56». Поможем другу другу в самых тяжелых ситуациях (<https://vk.com/club.mordva56>)

Одни пользователи скучают по своей малой родине: *«Заставляет всплакнуть»*)), когда тоска по родине приходит, а навестить не получается» (Мордва в Москве. 30.03.2015). Другие посмеиваются над своими новыми согражданами:



Георгий Депардеев

Иллюстрация с интернет-сайта «Мордва в Москве». 26.06.2016.

Участники интернет-сообществ информируют о многих событиях, происходящих в их рядах. Так, на одном из сайтов появилось объявление о чувашской дискотеке в Москве. *«Завсегда таи дискотек помнят, что традиция проводить подобные мероприятия зародилась еще в 2004 году. С тех пор каждый год, начиная с октября и вплоть до июня, один или два раза в неделю чувашские земляки имеют возможность окунуться в атмосферу родного языка, знакомых с детства ритмов»* (Чувашские дискотеки, как это происходит). На бурятском форуме обсуждают проблему о недоверии московским медикам, которые *«не умеют принимать роды у бурят»*. Тема о том, стоит ли рожать в Москве или лучше делать это дома стала активно обсуждаться на бурятских интернет-форумах и в соцсетях: *«Вроде, говорят, у всех монголов особенность: дети рождаются крупными, с большими головами. А дома все-таки поопытнее акушеры в этом смысле...»* (<http://asiarussia.ru/news/2468>).

Судя по высказываниям в Интернете, нельзя не согласиться с выводами исследователя тувинской диаспоры, написавшего о своих земляках в Москве, что *«...несмотря на стремление сохранить свой язык, свою самобытность и культуру, все они уверенно совмещают в себе два вида территориальной идентичности – этническую и общероссийскую»* (Ламажаа). Заметим, что к настоящему времени немало научных и журналистских работ о жизни новых этнических групп в Московском регионе уже написано. И в большинство из них свидетельствуют, что приезжие из разных уголков страны мирно живут в столице, желая поскорее стать настоящими москвичами (Акимова 2013).

Занятия приезжих в Москве. Песня «Встречай мордву, Москва!» пользуется в Интернете популярностью. Активисты мордовского интернета, как и некоторых других, увлечены идеей объединения «этнически своих» в новом для них регионе. В частности, они предлагают организовать *«сходку мордвы эрзи и мокиши в Москве»*,

предлагают объединиться для взаимопомощи и просто для общения. Таким образом, интернет-пространство за сравнительно короткое время стало для многих приезжих одной из важных площадок, объединяющих их для общения, для поддержания своей этнореспубликанской идентичности, национального языка, традиций.

Интересен и жизненный для обеих сторон вопрос: а как отражаются в интернете отношения новых этнических сообществ и местных жителей? На одном из сайтов решили провести среди соплеменников мини-опрос: «*Как относятся к бурятам в Москве и Санкт-Петербурге?*». Ответы получились в целом вполне толерантными (<https://otvet.mail.ru/question/202447232>):

- *Нормально относятся. Стереотипы, наверное, есть: они автомобили и лошадей одинаково водят, «брызгают» на природе, по-русски непонятно говорят, пагоды у них есть. Помнят, что они потомки Чингисхана. В целом норм, у всех свои заморочки.*
- ДампилЦыденов Ученик (183): *Вопрос решен.*
- fillskii@mail.ru *Думают, что они китайцы или таджики наверное.*
- Владимир Корсаков *Нормально относятся. В дацане покемонов не ловят.*
- Дивергент *Так же как к калмыкам. Спокойно.*
- валентинспагис *Национальность в России всем до лампочки. Главное – что за человек.*
- Александр Трофимов – *никак*

Многие этнические сообщества Москвы устраивают свои этнические праздники, встречи, вечеринки. В Москве прошел бурятский национальный праздник Сурхарбан: «*В минувший праздник, “День России”, земляки в Москве отпраздновали Сурхарбан – в шестой раз за всю историю существования землячества. В этом году главный летний праздник бурят прошел в рамках первой международной Спартакиады национально-культурных объединений и землячеств Москвы*» (<http://www.baikal-daily.ru/news/16/17.06.2013>); «*Завтра на Московском сабантуе в Коломенском также будет Башмаркет – продажа башкирских вещей местных дизайнеров. Кепки и свитшоты от КЕИ, кожаные обложки для паспорта ручной работы с баш. орнаментом, галстуки, кепки, куклы от сестер Хамматовых, Башкирские футболки с ручной росписью от казахстанского дизайнера, магнетики. Также вы сможете продегустировать новую вкусняшку – башкирский мёд-суфле бренда “Умарта”. Приходите!*» (Башкиры Москвы http://twitter.com/bashkort_moscow 21.07.2013).

Мы намеренно не остановились здесь на некоторых моментах, связанных с такими проблемами, как интернет-ксенофобия и интернет-экстремизм. Эти сюжеты требуют отдельного рассмотрения. И хотя, по некоторым данным, в последнее время мониторинги показывают снижение в Интернете различных проявлений ксенофобии и экстремизма (а это – негативные характеристики этнических групп, обидная этническая лексика, высмеивание национальных обычаев, тиражирование негативных этнических мифов и идеологем, оправдание случаев терроризма, призывы к сепаратизму и прочее) (Лепилкина 2017: 192; Малькова 2017: 198), все же нельзя говорить о полном их отсутствии и здесь.

В целом, как показал наш анализ этнической интернет-информации, в настоящее время (2017 г.), не считая некоторых особенностей в деятельности официальных и неформальных этнических сообществ, а также в силу этнореспубликанских особенностей, эти виртуальные этнические сообщества в основном лояльны российскому законодательству, толерантны и миролюбивы к представителям иных этнических

групп. Вместе с тем нельзя не видеть, что так называемые этнонациональные сайты и деятельность их участников в основном направляются на формирование массовых представлений только о своей республике и о своем этносе, что в большинстве случаев вполне естественно. Однако Интернет как яркий сегмент современной общественной жизни еще раз показывает большую значимость этнического фактора для людей, в том числе для молодежи, и в XXI в., когда многим людям уже кажется тесно в рамках своего этнического сообщества, но этнические и земляческие корни все еще цепко держат их. Вместе с тем, общероссийская тематика в этих этносообществах и идеи общероссийского гражданского единства находятся здесь на периферии общегруппового внимания.

Исследование позволило сделать некоторые выводы, касающиеся сферы межэтнических отношений. И они могут быть учтены даже шире, чем только для интернет-пространства. Органам власти и другим управляющим структурам важно не упускать из вида, что в российском интернет-пространстве (как и за рубежом) создаются и активно работают многообразные виртуальные этнические сообщества, которые имеют своих лидеров и активистов (иногда – зарубежных), могут быстро собрать и организовать этнические группы с целью поддержки и защиты «своих». Порой эти сообщества приобретают немалое общественное звучание, например, по проблемам языка и образования, важным для развития целых этнонациональных республик. Основные участники этих этнических сообществ – молодежь, не имеющая пока достаточного опыта толерантных межнациональных отношений и должной гражданской ответственности для сохранения спокойствия в полиэтничном пространстве. И они порой не могут адекватно осознать общую социальную ситуацию в городе, в регионе, в стране.

Кроме того, в отдельных случаях в контенте интернет-сайтов заметны элементы этнического изоляционизма, социального отчуждения и даже этнической ксенофобии, что при определенных условиях может разрастись в более серьезные проблемы и привести к агрессивному этническому национализму. Поэтому с такими сообществами и особенно с их активистами полезно было бы проводить обучающие беседы, семинары и тренинги, касающиеся межэтнического и межрелигиозного сотрудничества, методов противостояния ксенофобии и экстремизму... В общеобразовательных и других общественных заведениях республик и страны в целом при воспитании и обучении молодежи важно усилить морально-коммуникационный компонент, с акцентами на традиционное российское уважение и терпимость к иному человеку (или сообществу), к иному мнению. И, учитывая, что в современном общественном пространстве все еще ощущается некоторый дефицит идеи общероссийского единства, гражданского содружества и общих для всех граждан созидательных целей, разработки этих направлений также должны проводиться.

¹ Текст доклада на Всероссийском форуме национального единства. Пермь, ноябрь 2017 г.

² URL: http://www.bizhit.ru/index/users_count/0-151

³ Подробнее об этом см.: Малькова 2004в.

⁴ В свое время мы рассмотрели эти элементы, содержащиеся в интернет-пространстве всех российских республик и опубликовали выводы в нашей книге: Малькова, Тишков 2009б.

⁵ URL: <http://www.liveinternet.ru/users/izhevchanka>

РАЗДЕЛ IV. ЭТНИЧНОСТЬ И СМИ: ЭТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ

ЭТИКА И СМИ¹

«Все чаще приходится задумываться о журналистской этике не только как о проблеме профессии, но о проблеме ценностей общества, понимания им базовых демократических и гуманистических основ социума» (Е.Л. Вартанова, декан факультета журналистики МГУ).

В основу деятельности российских средств массовой информации изначально заложен многовековой опыт позитивных общественных отношений. Этот опыт важен всегда, но особенно он востребован в периоды противостояния в международных или межнациональных отношениях, когда в обществе усиливается и обостряется публичное противоборство идей, ценностей и мнений. Основные правила и нормы общественной этики и морали, важные для нормальной жизни и развития человеческого сообщества, необходимы и для деятельности такого значимого общественного института, как средства массовой информации. В деятельности СМИ, также как и в обычной жизни, в любое время востребованными являются понятия *совесть и честь, борьба добра со злом, хорошего и плохого, нацеленность на миролюбие, а не на вражду, на гуманизм, а не на терроризм...* СМИ как значимый общественный институт в идеале помогает не только информировать людей, просвещать и развлекать их, но и через огромный штат посредников помогает обществу (особенно элитам) определенным образом регулировать и организовывать общественную жизнь, направленно, в общих интересах позитивно влиять на окружающее пространство и на массовое сознание.

В последние десятилетия СМИ стали играть особенно заметную роль и во внутрироссийской, и в международной жизни. Поэтому их еще более активно и целенаправленно используют политики и другие заинтересованные группы в регулировании общественных отношений, в создании спокойной или конфликтной психологической атмосферы. А для общества, нацеленного на свое поступательное развитие, на мирную и спокойную жизнь, стало еще более важным держать деятельность СМИ под контролем и соблюдать при этом основные нравственные правила и нормы человеческих отношений.

Тема «Этические аспекты СМИ и журналистики» довольно подробно, хотя и несколько односторонне, уже давно обозначена в научной литературе. По определению исследователей журналистики, речь идет о юридически не фиксированных, но принятых в журналистской среде и поддерживаемых силой общественного мнения профессиональных и моральных предписаниях, о профессиональных особенностях и о нравственных аспектах журналистской деятельности². Таким образом, в основе журналистской этики должны лежать нравственные принципы, веками выработавшиеся народами – *гуманизм, патриотизм, трудолюбие, совесть, честность, справедливость, борьба со злом...* Традиционно проблему журналистской этики рассматривают с точки зрения соблюдения или несоблюдения авторами сообщений основных ее принципов. Разные исследователи, ссылаясь на многочисленные международные и отечественные документы, каждый по-своему, называют практически одни и те же профессиональные правила, стандарты или требования, среди которых: *объективное освещение событий; профессиональная честность и правдивость; достоверная информация; социальная ответственность журналиста; уважение частной жизни и*

достоинства человека; уважение общественных интересов, общечеловеческих ценностей, разнообразия культур и религий; борьба против экстремизма и терроризма, против войн и других бед, грозящих человечеству... Зафиксированные в разных международных и отечественных документах, эти принципы связываются в основном с профессионализмом журналистов и СМИ³. Но в информационной деятельности важно не только применение общепринятых стандартов профессионального поведения, тем более, что зафиксированные в ряде документов правила не могут быть едиными для каждого случая. Исследователи журналистской этики хорошо понимают это⁴. В деятельности СМИ важна и нравственная позиция каждого конкретного автора сообщений, предполагающая определенную свободу в принятии его собственного решения. Свобода слова и свобода высказываний – один из главных принципов и неотъемлемых составляющих деятельности современных СМИ. Поэтому свободное выражение своего мнения, этическое поведение авторов медийных сообщений – не менее важный фактор информационного процесса.

В Конституции РФ по этому поводу записано: *«Каждому гарантируется свобода мысли и слова // Никто не может быть принужден к выражению своих мнений и убеждений или отказу от них // Каждый имеет право свободно искать, получать, передавать, производить и распространять информацию любым законным способом // Гарантируется свобода массовой информации. Цензура запрещается»* (Ст. 29). В законе о «О средствах массовой информации» говорится о недопустимости злоупотребления свободой массовой информации (Ст. 4). В частности, там перечислены ограничения на реализацию свободы, запрещается использование СМИ в целях совершения уголовно наказуемых деяний, распространения материалов, содержащих публичные призывы к террористической деятельности или публично оправдывающих терроризм, других экстремистских материалов, а также материалов, пропагандирующих культ насилия и жестокости. Комментаторы справедливо считают, что свобода слова необходима современному обществу, хотя в самом обществе и отсутствуют общепризнанные критерии добра и зла, истины и лжи, вреда и пользы. Но все понимают, что абсолютной свободы слова быть не может. Поэтому профессиональная этика предполагает «социальную ответственность СМИ и самих журналистов перед обществом, их профессиональную честность, уважение общественных интересов и ценностей, объективное освещение происходящих событий, уважение частной жизни и достоинства людей». Это также зафиксировано в Конституции РФ (Ст. 29). *«...Не допускаются пропаганда или агитация, возбуждающие социальную, расовую, национальную или религиозную ненависть и вражду. Запрещается пропаганда социального, расового, национального, религиозного или языкового превосходства»*. И в Уголовном кодексе РФ устанавливается ответственность за «действия, направленные на возбуждение ненависти либо вражды, а также на унижение достоинства человека либо группы лиц по признакам пола, расы, национальности, языка, происхождения, отношения к религии, а равно принадлежности к какой-либо социальной группе, совершенные публично или с использованием средств массовой информации» (Ст. 282). Государственные документы запрещают *«оскорбление религиозных чувств граждан либо осквернение почитаемых ими предметов, знаков и эмблем мировоззренческой символики»* (Там же). Оскорбление религиозных чувств может квалифицироваться как уголовное преступление. В регулирующих документах осуждается «Клевета, то есть, – распространение заведомо ложных сведений, порочащих честь и достоинство другого лица или подрывающих его репутацию» (УК РФ. Ст. 129).

Со времени появления «независимой» журналистики у нас в стране (после 1991 г.) этическая сторона ее деятельности становится все острее. В настоящее время нередко слышны упреки в «бульварности» изданий, в их «желтизне» и в профессиональной нечистоплотности самих журналистов, как бы настроенных только на повышение рейтингов своих изданий и на увеличение выгоды. В обществе встает вопрос – выполняют ли современные СМИ функцию нравственного воспитания россиян, задачу оздоровления нации после серьезных общественных трансформаций? Или они нередко являются инструментом ее деградации, деморализации и оглушения? Сегодня наиболее ярко и заметно это проявляется в передачах российского телевидения, массированно представляющего криминализацию общества, его практически непобедимую коррупцию, наркоманию, пьянство, демонстрацию несправедливо нажитого... Все это транслируется в общественное пространство и как будто бы публично осуждается. Но нередко это осуждение ложное, факты комментируются со снисхождением, с насмешками, а в обществе распространяются искаженные ценности – *лживое товарищество, безответственность и безнаказанность, порождается зависть, неверие в справедливость*. Такое понимание свободы слова и такая деятельность многих информационных каналов, кстати, нередко финансируемых налогоплательщиками, вызывает в обществе недоумение, непонимание, а порой – и возмущение, озлобленность и агрессию у большей части населения, желание наказать виновных или отомстить им. У другой части населения это порождает равнодушие, пассивность и апатию, отчаяние, неверие в свои силы и в справедливость, усиливает у них чувство ущербности и ущемленности, показывает отсутствие жизненных перспектив. Под воздействием подобной информации у людей возрастает тревога за свою жизнь и за жизнь близких, что порой ведет к преступлениям, к экстремизму и терроризму или к суициду. Кроме того, искаженные ценности, идеи и мифы, которые навязывают аудитории через СМИ, постепенно распространяются в массовом сознании и становятся как бы нормой современной жизни. СМИ таким образом конструируют еще одну новую реальность, в определенном смысле искаженную.

Медийная свобода слова, свобода выражать свое мнение, также как и соблюдение или несоблюдение других принципов журналистской этики, распространяется на все сферы общественной жизни – политику, экономику, культуру, сферу быта, спорт и т.д. В данной работе мы коснемся лишь некоторых граней взаимодействия свободы слова и журналистской этики, связанных с формированием массовых представлений россиян в острейшей на сегодняшний день сфере межэтнических отношений, в частности – в сфере этнополитики и конкретнее – связанных с конструированием в российской прессе образов стран и народов.

* * *

Создание с помощью СМИ определенных образов стран, регионов, а также народов и этнических групп, распространение этих образов в общественном пространстве – это один из широко используемых методов формирования и корректировки массовых представлений о текущей общественно-политической ситуации. СМИ помогают формировать определенные мнения и представления аудитории о своей или других странах, об их населении и ценностях, объединяя с помощью направленной информации «своих» единомышленников и отделяя их от «других». Или наоборот, способствуют сближению «нас» и «их». В любом случае, такая деятельность СМИ всегда оказывается манипулятивной, поскольку предполагает соблюдение и журналистами,

и их заказчиками определенных интересов и выгод. В этой связи важными являются цели такой информационной деятельности – миротворческие и просветительские или разрушающие, направленные на сотрудничество стран и народов, на их диалог или конфронтацию и разрыв отношений.

Рассуждая об этических проблемах медийного освещения политических процессов, о направленном создании и распространении позитивных или негативных образов стран и народов, можно выделить разные стороны создания информации. Это соблюдение или несоблюдение авторами публикаций этических принципов журналистской деятельности, это соблюдение или несоблюдение дипломатического этикета и общих миротворческих норм человеческого взаимодействия, и это отстаивание и защита своих идей и взглядов, интересов и выгод своей страны. Порой эти нормы создания публичной информации приходят в противоречие друг с другом, поскольку от авторов медийных сообщений требуется реализация поставленных перед ними задач – при необходимом (чаще – внешнем) соблюдении объективности, справедливости и других нравственных принципов направлять информационную активность на сотрудничество, на диалог стран и народов или – на их конфронтацию, на усиление напряженности и разрыв отношений. И в каждом конкретном случае это связано с применением разных пропагандистских приемов.

Целью информационной деятельности, в том числе при создании образов стран, может быть укрепление или восстановление нормальных, добрососедских и даже дружелюбных отношений между ними. Можно вспомнить наше недавнее прошлое, когда СМИ направленно использовали в межгосударственных отношениях трогательные образы наших зарубежных «друзей» – «друга Коля» из Германии, «друга Рю» из Японии, «дорогого турецкого друга Эрдогана» и других. Но приятные в спокойные времена эмоции в международных и в межнациональных отношениях становятся невостребованными и небезопасными в период общественно-политических затруднений и кризисов между странами. Примеров и того, и другого россияне видят в последние десятилетия множество. В их числе критическое освещение отношений России с Грузией, с Украиной, с Белоруссией, с Турцией, с США и т.д. Например, в 2017 г. Президент России В. Путин в своей речи на встрече с турецким президентом заметил: «Кризис преодолен. Мы возвращаемся к нормальным взаимоотношениям»⁵. Это был один из сигналов для СМИ в очередной раз скорректировать их деятельность. Для убеждения аудитории в «нашей правоте» и в намерениях сотрудничать или сделать в отношениях паузу в каждом конкретном случае используются особые манипулятивные приемы. Они оправдываются важностью и необходимостью соблюдения политических интересов своей страны, а также и корректировкой массовых представлений населения о «нас» и о «них» на текущий момент.

Изучение специально создаваемых образов дружественных или противостоящих стран и народов – одно из важных направлений политологического анализа СМИ. Актуальным примером, который уже не один год с обеих сторон активно используют СМИ России и Украины, стало возвращение Республики Крым в состав России в 2014 г. Цель пропагандистских усилий и информационного противостояния с обеих сторон – это мобилизация патриотических чувств граждан своих стран, их гражданское единение с помощью утверждаемых в общественном сознании идей и ценностей, отстаивание и оправдание своих действий в глазах своих и зарубежных наблюдателей, создание и утверждение массовых представлений и образов: «мы – хорошие и справедливые», а «они – плохие». В этом контексте информационных задач с обеих

сторон активно создается образ противника, которому придается ряд негативных характеристик – как реальных, так и вымышленных.

Может встать вопрос – а в чем проявляется общественный вред в утверждении в СМИ некоторых идей и мифов? Нам представляется, что внедрение в общественное сознание искаженных идей, ценностей и взглядов ведет не только к изменению массовых представлений о странах и народах, о предметах или явлениях, искажает идентичность, историческое сознание народов, ведет к переоценке ценностей, обесценивает авторитеты. Представления, идеи и мифы, которые навязывают обществу через СМИ, демонстрируют не только разные этапы в развитии отношений стран и народов, но и показывают непостоянство и изменчивость, незначимость и ситуативность самих морально-этических норм и принципов, которые вырабатывались человечеством веками. Но теперь, постепенно распространяясь с помощью СМИ в массовом сознании, они, заметно подкорректированные интересами элит и пропагандистов, становятся как бы обновленной нормой общественной жизни.

В нормальное, спокойное время СМИ, как правило, создают образ своей страны как «хорошей» и «правильной», конечно же, с некоторыми недостатками, которые постепенно исправляются: «В “нашей стране” всем жить уютно и комфортно, радостно и счастливо. Ее власти мудрые и справедливые, ее жители – труженики, творцы, строители новой, еще более счастливой будущей жизни. И все это МЫ – хорошие, сильные, справедливые и счастливые. Но МЫ не равнодушны и к другим, особенно ко всем обездоленным людям, мы сочувствуем им, переживаем за тех, кому живется плохо, помогаем им и защищаем их». И подобными идеями порой оправдывается наше участие в общественно-политических событиях в других странах: «Мы помогаем соотечественникам или терпящему бедствие населению, защищаем их (а заодно и наши) интересы». И такая мотивация наших поступков, озвучиваемая в информационном пространстве, до поры до времени поддерживает у значительной части населения чувство патриотизма и гордости за свою страну, за ее руководство. А порой в информационном пространстве звучат и другие мнения: «нам угрожают», «мы в опасности», «у нас есть противники, которые могут нарушить нашу жизнь, отнять у нас наши земли, заменить наши ценности своими». Подобные идеи часто озвучиваются в связи с возникшими трудностями в межнациональных отношениях, например, в связи с мигрантами, и с международными конфликтами.

В период противостояния, особенно в обостренном политическом единороборстве, обычно с обеих сторон в СМИ заметно усиливается перебранка, меняется и лексика сообщений, растет число конфронтационных ярлыков и идеологем и ярче становятся образы ее участников. Однако общество может видеть такую пропаганду, как правило, лишь с одной стороны. Вторая сторона доступна лишь небольшой части общества, даже при сегодняшних информационных технологиях. Информация нацеливается на формирование представлений о «нас» – как справедливых и правильных в создавшейся ситуации, а о «них» – как о нашем противнике и обидчике. Цель этой деятельности – представить общественности нашу трактовку ситуации, приобрести для нас психологическую и политическую поддержку, увеличить число «наших» сторонников, а «их» противников как внутри страны, так и вне ее. В подобных информационных ситуациях и при воспевании «нас», и при деструкции «их» СМИ и идеологи часто используют не рациональные, а эмоциональные аргументы – обиды, негодование, возмущение. Кроме доминирования эмоционального над рациональным, для создания в СМИ позитивного или негативного образа и мнения о стране или о любом другом субъекте используются и такие приемы, как *тенденциозная подборка*

материала; акценты на одни характеристики и умолчание о других; дезинформация, отвлечение внимания, искажение фактов; использование обидной лексики, обвинений в несправедливых действиях и словах; умолчания, перекося в сторону негатива; постановочные сюжеты; двойные стандарты (нам можно, а им нельзя); утверждения «мы справедливые, а они – нет» и т.д. Все это мы наблюдаем в начале XXI века в деятельности современных СМИ. Можно ли говорить здесь о реализации принципов и ценностей общечеловеческой этики, системы нравственных норм, которая также в разных случаях бывает неоднозначной? Этот вопрос остается дискуссионным.



Интернет-карикатуры о взаимоотношениях украинцев и россиян
<http://design-for.net/uploads/ukrain/protivostojanie-ukrainy-i-rossii;>
<https://img.novosti-n.org/upload/ukraine/24438.jpg>

В последние годы мы все переживаем затянувшийся этнополитический кризис в отношениях России и Украины, который еще более усилился в связи с присоединением Крыма к России. Рассматривая публикации центральной российской прессы 2014 г. об этом сюжете, мы отмечали, что определенная часть журналистского внимания была направлена в этот горячий период на формирование общественных представлений не только о нашей, но и о других странах, противостоящих или поддерживающих «нас» в этом событии (об этом было сказано в предыдущих разделах). Противников у нас в этот период, судя по медиа сообщениям, оказалось немало. Среди них четко выделялись Украина и «Запад», включающий часть стран Европы и США. То, что информационные сюжеты в российских СМИ, связанные с Крымом, неизбежно затронули нынешнюю Украину, вполне естественно. Крымчане добровольно проголосовали за уход из Украины и за присоединение к России. И россияне встретили это событие с восторгом, о чем весьма эмоционально сообщали наши СМИ⁶. Украина теперь должна была примириться с новой ситуацией.

Анализ российской прессы в дни возвращения Крыма показал, что в тот период Украина была представлена в российском информационном пространстве двояко: как братская славянская страна, о которой россияне традиционно заботятся и беспокоятся, и как страна, постепенно превратившаяся в нашего противника. Негативный образ довольно быстро занял в столичной прессе лидирующие позиции (но не в республиканской), и это был определенный ответ на конфронтацию с той стороны, ставшую уже традицией после крымских событий и даже раньше – до и после «Майдана».

Но важно подчеркнуть и некоторые особенности современной информационной кампании в российских СМИ: при том, что в публикациях используются этнонимы (например, постоянно называется Украина, украинские власти, столица страны Киев

и др.), речь почти не идет об украинцах как о народе. Хотя их этнические особенности все же изредка упоминаются – одежда, пища, мова... Большинство сообщений о жизни Украины, а главное – о ее властях, были в этот период негативными. Позитив практически не упоминался, как, впрочем, и о жизни других бывших советских республик. Множество идеологов об Украине в начальный «крымский период» сводилось к эмоциональному утверждению: «Они – плохие, у них все плохо». В чем-то похожие идеологемы направлялись и в адрес стран Запада, не одобрявших присоединение Крыма к России. Конечно, подобные идеи с разными нюансами всегда присутствуют в информации двух конфликтующих сторон. Однако стоит заметить, что в республиканских российских СМИ негативные высказывания об Украине звучали в дни присоединения не так напористо, как в центральных. Здесь пресса, как и во многих других ситуациях, была значительно мягче, вернее, осторожнее в оценке этого исторического события. И идеологемы в официальных изданиях Башкирии, Бурятии, Карелии, Татарстана, Удмуртии, Якутии встречались иные: «...*Наши народы – братья*»; «*У России и Украины – общие исторические корни и общие культурные ценности*»; «*Наши соотечественники и братья на Украине нуждаются в нашей помощи*»; «*Мы за мир в братской стране*»; «*Мы против фашизма!*»⁷.

Спустя три года после вхождения Крыма в состав РФ, образ Украины представлен в нашем информационном пространстве довольно расплывчато и в основном односторонне – негативно. Если раньше, в 2014 г. в нашей прессе важное место занимали идеологемы о братстве наших народов, о сочувствии ему, то теперь их в прессе не видно. Нет теперь и сочувствующих упоминаний о русских и других русскоязычных жителях Украины. Зато и сегодня, хотя не очень заметно, но все же газеты указывают на ошибочное стремление Украины в Европейский Союз и приводят «убедительные» аргументы: «Практика показывает, что почти все государства бывшего СССР, входящие на сегодняшний день в ЕС, отнюдь не благоденствуют. Они претерпевают глубокие кризисы во многих сферах. Рассчитывать на иную судьбу для Украины в составе ЕС – неоправданный оптимизм» (КП. 21.03.2017).

Определенное внимание российские СМИ и журналисты уделяют украинской власти. Эта, нормальная в обычное время информация, в данном случае может также рассматриваться как ответная реакция на конфронтацию с противоположной стороной. Как показывали наши исследования, образ украинской власти был представлен россиянам в 2014 г. довольно жестко⁸. И, спустя три года, недружественные идеологемы все еще присутствуют в наших СМИ, но уже как будто чуть мягче (Майдан стучится к Порошенко // РГ. 15.03.2017).

Российская пресса и российское телевидение (как и украинское у себя!) практически ежедневно, публично и очень громко обсуждают конфронтацию наших стран, события в Донбассе и ЛНР, где участники с обеих сторон, нередко в присутствии представителей третьих стран, горячо обвиняют друг друга. Однако реальная жизнь и медийная информация о ней далеко не всегда совпадают. СМИ не скрывают, хотя и открыто не афишируют, что длительное время экономические, финансовые и культурные связи наших двух стран, несмотря на жесткое информационное противостояние, все же не прекращались. Тысячи украинцев продолжают жить и работать в Рос-

сии, посылая домой на Украину заработанные во враждебной стране деньги, две противостоящие страны обмениваются товарами, украинские политологи свободно выступают со своими суждениями на экранах российского телевидения. «Война – войной, а бизнес – есть бизнес» (КП. 15.03.2017).

Ситуация в прессе очень нечеткая. Аналитики опять строят прогнозы о следующих действиях украинских властей. Одним из вариантов может стать выход Украины из СНГ и введение виз для россиян. При этом они не исключают и «дальнейшую эскалацию в отношениях двух стран» (НГ. 23.03.2017). В целом, и в дни трехлетнего празднования присоединения Крыма к России образ Украины представляется нашей прессой негативно – как политического противника с обвинениями в неблагоприятных поступках в прошлом и настоящем, неблагоприятным сегодняшним днем и с не очень оптимистичным будущим. Серьезные наблюдатели, подчеркивая значение современных медиа в общественно-политических процессах, отмечают, что «немногие годы кризисных событий на Украине фактически поменяли знаки восприятия украинского народа с положительного на отрицательный. Некогда “братский народ”, и даже “один народ” стал восприниматься как некое злобное и ненавидящее Россию и русских культурное целое. Этот масштабный поворот в сознании представляет собой явный медиапродукт, у которого есть свои заказчики и производители» (Тишков 2016: 15).

Еще одним важным направлением в нашей прессе, показывающем необычность политических и журналистских этических норм, стала информация об отношениях России с западными странами после присоединения Крыма. Эта важнейшая тема не ограничивается, конечно, только несогласием ряда стран с позицией России и даже санкциями, которые были введены против нее. Отношения остаются многосторонними – и политическими, и экономическими, и финансовыми, и психологическими. Как и везде, и в других странах есть разные мнения, есть согласные и несогласные с позицией России.

Эксперты задают вопрос: какой Крым придумывает себе Запад? И в самом деле, понятие «Запад» очень собирательное, обобщенное и неоднозначное. Но в общественном пространстве – это страны Западной Европы и США. Как показывают российские СМИ, даже спустя три года западные аналитики все еще не имеют единого и устойчивого взгляда на проблему присоединения Крыма к России. Из газет россияне могут понять, что Запад в этом вопросе и – против, и – за (Приглашение в Крым. РГ. 17.03.2017; АиФ. 8–14.03.2017; Три года в составе России. МК. 16.03.2017). С другой стороны, политики и эксперты на Западе действительно в тупике. Редкие в этом ключе сообщения свидетельствуют, что Европа сочувствует крымчанам и не понимает – как помочь Украине (Донбасс заблокировал финансовую помощь Украине. НГ. 20.03.2017; АиФ. 8–14.03.2017). Таким образом, наши СМИ создают впечатление, что «Запад» во многом понимает российскую позицию о Крыме и даже в чем-то ее поддерживает.

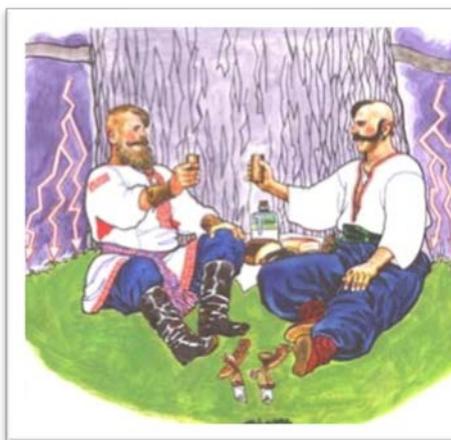
* * *

Приведенные выше некоторые результаты наших исследований показывают лишь отдельные стороны процесса создания медийных образов, связанного с этикой и нормами человеческого общежития и во многом манипулятивного. Общепринятые

этические нормы взаимодействия людей и их сообществ – миротворчество, гуманизм, взаимопонимание, согласие, сотрудничество приносятся в жертву конкуренции, противостоянию, конфронтации, соперничеству в интересах разных элитных групп, умножающих с помощью СМИ число своих сторонников.

Вместе с тем, можно отметить, что, спустя время, ситуация с возвращением Крыма внешне стабилизировалась, что и показывает частично российская пресса. В частности, изменилась направленность пропаганды. Наши идеологи (в прессе) теперь просто констатируют очевидность и необратимость свершившегося события. Из прессы ушел прежний пафос и затихла глобальная радость россиян от присоединения, теперь даже в праздник она уже не демонстрируется так ярко. Тем не менее в информационном пространстве остается ощущение от нашей победы и от справедливых действий России в крымских событиях.

А информационное внимание в значительной степени сосредоточивается на Украине и на наших отношениях с ней. Толерантная риторика по отношению к Украине, которая раньше еще присутствовала в прессе, теперь сменилась конфликтной. Из прессы ушла идея о братстве наших народов, но осталось утверждение нашей правоты и их ошибок. При этом в публикациях ощущается доминирование эмоциональных и недостаточность рациональных аргументов.



[http://myruwin.ru/wp-content/uploads/2018/02/;](http://myruwin.ru/wp-content/uploads/2018/02/)

http://narodna.prawda.com.ua/rus/culture/4a44129e51cd0/view_print/

Акцент в очередной раз сместился в сторону теперь уже нового руководства этой страны. Весьма заметно в нашей прессе и отсутствие информации или ее дозирование о жизни на Украине в целом, о продолжающихся экономических, финансовых, культурных и других российско-украинских контактах. Не просматривается и идея о перспективах наших отношений. Болевыми точками в публичных обсуждениях политологов и экспертов остаются их тяга к Западу, нерешенность вопросов с Донбасской и Луганской республиками, попытки реваншизма в Крыму, газово-нефтяные отношения и т.д. Важно отметить в этой ситуации умолчание российской прессы об объективном мнении и о позиции в этих вопросах самой Украины. Правила информационных войн, принятые теперь в современном обществе, не допускают подобную информацию в СМИ противостоящих сторон. Но небольшие примеры о поддержке

российской позиции со стороны якобы нейтральных западных наблюдателей в газетах встречаются.

Довольно слабо просматривается в современной прессе и вопрос нашего внутророссийского согласия в отношении присоединения Крыма. Зато эти же крымские события заметно обрадовали большую часть россиян, всколыхнули их гражданские чувства, объединили их и создали иллюзию «нашей большой победы». Но время идет. Теперь в прессе уже даже появляются критические публикации о нынешнем положении в российском Крыму. И для поддержания и укрепления общероссийской идентичности и единства, для сплочения россиян теперь необходимы другие импульсы, другие усилия СМИ. Однако таких объединяющих идей, и тем более – событий, в нынешних СМИ (кроме «бессмертного полка») пока в 2017 г. не видно.

¹ Текст впервые опубликован в журнале «Вестник антропологии» (Малькова 2018). Для настоящего издания сделана новая редакция текста.

² См., например: Авраамов 1999, Дзялошинский 1999, Киричек, Федотова 2004, Корконосенко 2001.

³ Федеральный Закон «О средствах массовой информации» от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 02.12.2019, с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2020). URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/; Кодекс профессиональной этики российского журналиста / принят Конгрессом журналистов России 23.06.1994. URL: http://www.ruj.ru/about_organization/; Международная декларация принципов поведения журналистов / принята II Всемирным конгрессом Международной федерации журналистов 25–28.04.1954; изм. XVIII Всемирным конгрессом МФЖ 2–6.06.1986, Хельсинки. URL: <http://jourdom.ru/news/39394>; Международные принципы профессиональной этики в журналистике. URL: <http://www.mediasprut.ru/info/pravo/moral.shtml>, а также соответствующие статьи Конституции Российской Федерации, Гражданского и Уголовного кодексов РФ. URL: <http://kodeks.systems.ru/>.

⁴ Подробнее см.: Авраамов 1999, Дзялошинский 1999, Лазутина 2000.

⁵ Выступление на пресс-конференции по итогам российско-турецких переговоров. 03.05.2017. URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/54444>.

⁶ См. Раздел II настоящего издания. С. 149–190.

⁷ Там же. С. 187.

⁸ Там же. С. 170–171.

СТЫД В СОВРЕМЕННОМ РОССИЙСКОМ ОБЩЕСТВЕ И В МЕДИА

В ком есть стыд, в том – и совесть
(Народная поговорка)

В данной работе мы обратились к проблемам, связанным с такой актуальной для всех человеческих сообществ морально-нравственной категорией как *стыд*, его бытование в современном обществе и отражение этого феномена в СМИ. Прежде всего подчеркнем, что, несмотря на актуальность этого явления для всех времен и народов, современные исследователи отмечают недостаточную его изученность, неопределенность и неполноту его формулировок (Борисов 2009). Тем не менее это не помешало появлению многочисленных научных определений стыда, данных разными авторами. Эти определения нередко несхожи и несравнимы, поэтому речь скорее должна идти о множественном феномене или о множестве более или менее схожих феноменов (Гергилов 2016).

Что же такое стыд? – Один из авторов интересной работы о стыде А.В. Прокофьев напоминает о традиционном понимании стыда, при котором у человека проявляется страдание от бесчестия или от мысли о возможном бесчестии. Такая трактовка берет начало еще в трудах Аристотеля и довольно широко распространена в современной культурной антропологии – концепция «культур вины» и «культур стыда», в социологии – как интерпретация стыда и как ответ на угрозу социальным связям, и в психологии – концепция о неразрывной связи стыда с управлением социальной привлекательностью (Прокофьев 2016). Некоторые авторы считают, что стыд – это сильное чувство с негативной окраской, которое может испытывать человек только в присутствии других людей (Пашута 2017). Но с этим далеко не всегда можно безоговорочно согласиться. Ведь можно испытывать чувство стыда и без свидетелей, наедине с самим собой. По этому поводу еще в 1946 г. писала о японцах знаменитый американский антрополог Рут Бенедикт: *«японцы чувствуют себя виновными, даже когда другим ничего не известно об их оплошности»* (Бенедикт 2004). Кроме того, известно, что человеку может быть стыдно не только за себя, но и за других людей – своих или чужих, и это каждый из нас не раз наблюдал в своей жизни. Р. Бенедикт считала, что *«стыд – это реакция на критику других людей. Человек стыдится или из-за того, что его откровенно осмеяли и отвергли, или из-за того, что он дал повод себя осмеять»* (Там же). Согласно другому определению, стыд – это негативная эмоция, активирующая самосознание у индивида, попавшего в ситуацию социального неодобрения¹.

И в самом деле, стыд тесно связан с чувством вины, которое приписывают человеку, или он сам принимает на себя эту вину. Некоторые психологи рассматривают стыд и вину как психические явления, которые относятся к социальным эмоциям, связанным с нарушением социальных норм и иногда могут выступать барьерами общения (Белинская 2011). Исследователи отмечают также, что стыд порождает особого рода чувство неполноценности, самоедство, самоуничижение, отчужденность, чувство одиночества и даже отчаяния. Человеку в состоянии стыда неуютно и плохо. Некоторые люди очень эмоционально переживают чувство стыда, что не раз зафик-

сировано не только учеными, но и писателями, художниками, скульпторами, музыкантами. Очень впечатляет финальная ария героя из оперы П.И. Чайковского «Евгений Онегин», отвергнутого любимой женщиной, и в отчаянии восклицающего: «Позор! Тоска! О жалкий жребий мой!». Хорошо известна и ария князя Игоря из одноименной оперы А.П. Бородина, который, оказавшись в плену, мучительно переживает чувство вины и казнит себя за свои ошибки:

*Ни сна, ни отдыха измученной душе. Мне ночь не шлет надежды на спасенье,
Все прошлое я вновь переживаю. Один в тиши ночей.
Погибло все: и честь моя, и слава. Позором стал я земли родной.
Плен! Постыдный плен! Вот удел отныне мой, да мысль, что все винаят меня.
О, дайте, дайте мне свободу! Я мой позор сумею искупить.
Спасу я честь свою и славу! Я Русь от недруга спасу!* (Текст А.П. Бородина).

Поводов и причин постыдных поступков у человека может быть много – собственные ошибки, связанные с его личной судьбой, ошибки и проступки близких ему людей и коллег, ошибки и вина больших сообществ, к которым принадлежит человек. И выражения стыда в разных условиях также могут быть неодинаковыми. На представленной ниже известной картине Ф.П. Решетникова мальчику стыдно за полученную в очередной раз двойку, он не может смотреть на своих родных, которые тоже чувствуют неловкость от этого известия.

Большинство людей, осознавая свою вину, испытывают стыд. Они стараются исправить ситуацию, искупить свои ошибки. Однако также хорошо известно, что это чувство – краткое или долговременное – присуще не всем, у некоторых людей чувство стыда притуплено или вообще отсутствует, а у части людей стыд порой переходит даже в грубость и агрессию.



Картина Ф.П. Решетникова. «Опять двойка»
(<http://900igr.net/datai/>)

Выражение и проявление стыда далеко не всегда одинаково в разных условиях, в разных культурах и в разных эпохах. По мнению ряда антропологов, изучающих стыд и его проявления, это явление имеет большее значение в коллективистских культурах (Япония, Китай, Бразилия). Но кроме того, его проявления в немалой степени зависят от индивидуального культурного опыта, от знаний и окружения человека. Например, Рут Бенедикт отмечает, что *стыд плена глубоко тревожил сознание японцев, а вот американцы не стыдились быть военнопленными* (Бенедикт 2004).

Можно добавить, что и в наших российских традициях плен всегда, вплоть до последнего времени считался постыдным (или таким его делала государственная идеология?).

Многим людям знакомо чувство стыда, которое, как правило, сопровождается у человека чувством неловкости, дискомфорта, смущения, самобичевания, раскаяния. Часть исследователей упоминают и чувство унижения, сознание вины, агрессии. Известны и физические выражения стыда – заметное смущение, конфуз, внутренние мучения, покраснение лица, опускание глаз. Состояние стыда подтверждается и крылатыми поговорками: *«Сгореть со стыда», «Стыд глаза ест»* и другими. Описывая это состояние, исследователи ссылаются на Дарвина, который считал покраснение лица выражением стыда. *«Покраснение сообщает другим людям о том, что человек в данный момент ведет себя неподобающе, хотя он знает и умеет правильно себя вести. Такого рода сообщение успокаивает окружающих. Однако многие стыдятся, не краснея»* (Орлов 2005).

Наверняка нет ни одного взрослого человека, который в течение своей жизни ни разу не испытал чувства стыда, желание спрятаться или «провалиться сквозь землю» из-за совершенного им промаха. Как справедливо замечают исследователи этого явления, стыд обладает разрушающим человеческую личность свойством. Но он одновременно выполняет в человеческом обществе и регулирующую функцию, являясь, наряду с другими нормами, необходимым механизмом общественной организации (Пашута 2017). Многие исследователи согласны с тем, что *«Стыд – это мощная санкционирующая сила. Но она требует присутствия публики или, по крайней мере, воображаемого ее присутствия»*. Так считала Бенедикт. Ей вторят современные исследователи, утверждая, что *«Стыд – это эмоция, которая выполняет функции безличного управителя нашим поведением, встроенным в наш мозг воспитанием»* (Орлов 2005).

Суммируя некоторые наблюдения, можно сказать, что стыд – это одна из морально-нравственных категорий, связанная с нормами человеческого общежития и формировавшаяся тысячелетиями. И, хотя человечество постоянно меняется, оно давно определило для себя – **что** в поведении человека или группы может помогать, а **что** мешать его развитию, **что** считать нужным, полезным и позитивным, а **что** вредным и негативным. Конечно, время, социально-политическое развитие человеческого общества, особенности этнонациональной психологии и культуры, разные условия жизни, образования и воспитания вносят свои коррективы в понимание позиций «добро и зло», «хорошо – плохо», «стыд – бесстыдство»... Но все же, многие моральные принципы или христианские заповеди, которые упомянуты еще в древних книгах (*не убий, не укради, не сотвори себе кумира, не лжесвидетельствуй, почитай отца твоего и мать твою, не пожелай жену ближнего своего* и т.д.), за тысячелетия человеческой жизни со дня сотворения мира давно устоялись и остаются неизменными. Однако, стыд – этот удивительный культурно-психологический феномен, имеется, увы, не у всех. Исследователи задумываются и над этим. Одни считают чувство дискомфорта во время совершения нехороших поступков врожденным качеством, изначально присущим всем людям. Другие склоняются к мнению, что эту черту характера надо человеку прививать, причем – с детства. Правда, их оппоненты сомневаются, что значение этого понятия может быть знакомо детям до семи лет (Пашута 2017).

При рассмотрении литературы, исследующей проблему стыда, при большом разнообразии его определений, нам не удалось увидеть типологию форм этого явления, которая, наверняка, все же существует. Поэтому мы попытались условно выделить

несколько основных форм стыда – *стыд бытовой* (в основном – *индивидуальный*), *стыд общественный (групповой)* и *стыд общенациональный*, а иногда еще – и *этнический*. В качестве своей задачи в данной работе мы видим рассмотрение этих форм стыда в современном российском обществе и отражение их в средствах массовой информации, в первую очередь – в телевизионных передачах и частично – в Интернете. Эта тема еще практически не исследована.

Известно, что средства массовой информации, как традиционные (пресса, радио, телевидение, кинематограф), так и новые (интернет-издания и другие электронные формы коммуникации, производящие массовый контент), являются своеобразным «зеркалом» общественной жизни, хотя и довольно «кривым». В любом случае, СМИ, выполняющие много общественных функций, так или иначе отражают не просто текущие события и комментарии к ним, но и распространяют в общественном пространстве определенные морально-нравственные ценности, принятые в обществе традиции, обычаи, нормы поведения, мифы и идеи и еще многое другое. С помощью медийной информации эти каналы показывают и утверждают в массовом сознании определенные примеры и модели общественного поведения. При этом, как и само разнообразное человеческое общество, медийная информация содержит примеры разных поступков и явлений – добрых и недобрых, праведных и постыдных, предлагает с помощью разных комментариев их неоднозначную оценку. И все это в разной степени усваивается аудиторией и в разных вариантах повторяется затем в реальной жизни. Важно подчеркнуть, что СМИ представляют аудитории как бы две группы материалов на эту тему: **первая** – это примеры о добрых и о постыдных поступках людей из реальной или инсценированной жизни, а **вторая** – это действия самих коммуникаторов, которые далеко не всегда при передаче информации помнят об этических нормах. Об этом мы не раз писали в наших работах, посвященных журналистской этике².

Напомним, что теперь в постсоветской жизни практически все средства массовой информации зависят не только от партийно-административных ресурсов и морального кодекса коммунистов, как в советское время. Сегодня на первый план вышли рыночные условия и аппетиты частного бизнеса, продюсеров-спонсоров. Гражданское предназначение СМИ с установками на позитивные этические нормы и правила информационной деятельности, направленные на достоверность информации, оказались в последние десятилетия на периферии интересов рекламодателей. Именно поэтому для большего привлечения платежеспособной аудитории коммуникаторы позволяют себе использовать многие сомнительные в этическом отношении информационные приемы и сюжеты – массивную демонстрацию человеческих пороков и грехов как типичных проявлений теперешней жизни. При этом в СМИ допускается девиантная лексика, демонстрируются со многими не всегда нужными подробностями криминальные или другие незаконные и постыдные действия. И, как следствие, аудитория уже привыкла за три постсоветских десятилетия к подобным сомнительным и постыдным в нравственном отношении явлениям в частной, в общественной и даже в государственной сфере. Теперь это воспринимается как еще одна особенность новой «свободной» капиталистической жизни и как проявление демократии и «свободы слова» в средствах массовой информации. Испытывают ли при этом чувство смущения и стыда создатели разных медийных продуктов, а тем более – авторы сообщений в Интернете? – Этот вопрос остается открытым.

Бытовой стыд или сугубо человеческая эмоция

«Как вам не стыдно?!», – раздается порой в транспорте, в магазинах или на улице. Окружающие, углубленные в свои мысли, сразу же оборачиваются и обращают внимание на участников конфликта. Некоторые очевидцы даже с возмущением присоединяются к обсуждению: «Совсем потеряли стыд!», «Ни стыда, ни совести!», «Ни стыда, ни мозгов!». В этих возгласах слышится недовольство, осуждение и упреки. При этом поступок обвиняемого одних смущает, других раздражает, третьих смешит или оставляет равнодушными. В любом случае это заметное на публике происшествие не остается без внимания окружающих и чаще всего не одобряется свидетелями.

Многим знакомы эти возгласы о стыде, связанные с нарушением общепринятых в нормальном обществе правил, привычек и норм поведения. Человеку стыдно за свой проступок, ему неудобно перед окружающими, на него смотрят с осуждением или с сочувствием. Его требуют наказать или простить. Но в любом случае за его очевидную вину люди хотят услышать извинение или покаяние. И чаще всего, после извинения-покаяния инцидент как будто бы исчерпан. Для этого во всех языках и культурах придумали (выработали) словесные или другие знаки признания вины, которые сводятся к выражениям: *я виноват, извините, простите, сожалею, я не хотел, прошу прощения, виноват – исправлюсь...* Иногда человек, чувствуя себя виноватым, показывает раскаяние не только словами, но и голосом, интонациями, мимикой, приобнимает или поглаживает обиженного, пытается с помощью небольших подарков исправить и компенсировать свой промах. Для обиженных психологически важно признание вины обидчиком (лучше – публично) и его раскаяние в содеянном (покаяние). При этом очень важна искренность, с которой человек сожалеет о своем поступке.

Однако далеко не все люди четко представляют себе, за что надо стыдиться, не все признают свою вину и не всегда пытаются извиниться. Одни и, правда, не понимают, что причинили другому неприятность, обидели его, а другие – принципиально не извиняются, считая свой проступок незначительным. Некоторые люди в процессе общения намеренно обижают окружающих словами, действием или своим видом и далеко не всегда чувствуют при этом смущение. А порой даже настаивают на своем бесстыдстве, вступая в перепалку и показывая: «да, я такой!». И его не останавливает ни осуждающее мнение окружающих, ни собственная совесть. Таких людей называют «бессовестными», «хамами», «невоспитанными», «бесстыжими», «бесцеремонными», «беззастенчивыми», «наглыми», «нахальными», «нахрапистыми», «нескромными», «развязными», «циничными», о таких говорят: «креста на них нет», считают их больными и стараются с ними не общаться. В бытовых отношениях – в семье, на улице, в транспорте, в других общественных местах это порождает у окружающих возмущение, ссоры, обиды, отчуждение, а порой – долговременное противостояние и конфликты.

Действительно, иногда скученность в транспорте, недопонимание в торговых заведениях или просто равнодушие к окружающим приводит к неблагоприятным поступкам, на которые окружающие реагируют с осуждением. В больших городах, по нашим наблюдениям, чувство стыда у провинившихся проходит быстро. Например, в метро или в автобусе виновник ссоры выйдет из транспорта, и очевидцы скоро забудут о случившемся. Здесь чувство стыда, если не встретил знакомых, надолго не фиксируется в общественной памяти. А в небольшом населенном пункте такое собы-

тие может оставить немалый след в местном сообществе, а главное – в образах участников конфликта. Народная мораль и нравственность, более хранимые в провинции, чем в большом городе, до сих пор остаются здесь важным регулирующим фактором.

Несмотря на определенную общность основных нравственных категорий у разных человеческих групп, у каждой из них есть свои особенности, иногда скрытые, а иногда и очень заметные. Например, исследователи выявили, что *коммуникативный самоконтроль, а именно – фиксация собственных коммуникативных ошибок у русских ослаблен*, в отличие, например, от американцев и финнов (Комарова 2016). Но только ли у русских? Если это и так, то причины непризнания вины и «отсутствия стыда» надо искать скорее в характеристиках конкретных персонажей, а уж потом – в неодинаковых исторических условиях жизни разных этносов. Но эти сложные вопросы этнопсихологического поведения разных сообществ пока еще недостаточно исследованы.

Рассматривая правила этикета у разных народов, М.Ю. Мартынова отмечает, что *«... у каждого народа есть собственные представления об этих понятиях, какими бы универсальными они ни казались. То, что разумеют под словом долг в китайской и американской культурах, совсем не одно и то же. Романтическая любовь по-разному понимается во Франции и Финляндии. А английское представление о мести имеет мало общего с сицилийским. Китайцы непременным атрибутом ума считают трудолюбие, ответственность перед обществом. Трудолюбие является также важной чертой поведения японца и немца. Но немцы трудятся размеренно, организованно и планомерно, японцы стараются получать удовольствие от труда и делают это самозабвенно. Русское трудолюбие носит авральный и азартный характер. ... И нормы воспитания детей неодинаковы у разных народов, также как в разные эпохи и у разных слоев населения. Если сравнивать традиционные стили воспитания детей по степени их строгости, соотношению наказаний и поощрений, то на одном полюсе будет японский стиль, а на другом – английский»* (Мартынова 2017). Подобное можно сказать и о стыде, о неодинаковом его понимании в разных человеческих сообществах.

В традиционных обществах, помимо стыда и возможного раскаяния, человек за неблагоприятный поступок должен был понести наказание. В большинстве случаев это было в основном психологическое воздействие на человека – пристыдить виновника, осмеять его, опозорить, осрамить. А в крайнем случае провинившегося избивали и даже изгоняли из общества. Например, у гагаузов, по свидетельству этнографов, общественное осмеяние признавалось законным, и, хотя оно порой вызывало сочувствие, все же служило уроком для других (Квилинкова 2016). Некоторые наказания виновным можно назвать, по известной аналогии, «принуждением к стыду». Это действие обычно сопровождается уже упомянутыми мерами.

В последнее время к такой действенной в народе акции присоединились и интернет-пользователи, добавив в виртуальное пространство для огласки так называемые «доски позора». Интересно, что география этих «досок позора» в нашей стране довольно широка, и этнически разнообразна, как и проступки «засветившихся» на этих досках персонажей. В этих электронных изданиях, предназначенных для массовой аудитории, рассказывается о нерадивых чиновниках, о недобросовестных производителей товаров, об обманах и мошенничестве частных лиц, о коммунальных

неурядицах и т.п. Это – своеобразные книги жалоб из российских регионов, где теперь любой интернет-пользователь может оставить запись о постыдных поступках виновников и публично, на всю страну пристыдить их и ославить.



<https://udf.by/uploads/posts/>



<https://crimea.mk.ru/upload/entities/2016/11/21/>

Российские интернет-пользователи против нарушителей общественного порядка

Нельзя не отметить, что число просмотров таких интернет-сайтов порой превышает тираж самых широко распространенных газет в стране. Однако «принуждение к стыду» бывает действительно не для всех. Мы склонны согласиться с замечанием Ю.М. Орлова, сказанного, правда, по поводу воспитания детей, что, благодаря появлению стыда, процесс управления поведением и воспитанием ставится «на автомат». Но, подчеркивает он, та добродетель, которая держится на стыде, несовершенна и слаба. Она должна держаться не на стыде, а на разумных привычках человека (Орлов 2005). Можно вспомнить и другие случаи, когда ребенка с детства приучают понимать – что правильно в человеческом общении, а что – нет. Вспомним всем известные с детства стихи В.В. Маяковского, рассказывающие ребенку о том – что такое «хорошо» и что такое «плохо», а также стихотворение Корнея Чуковского «Мойдодыр». Оно заканчивается прямым назиданием: *«Надо, надо умываться по утрам и вечерам, а нечистым трубочистам – стыд и срам! Стыд и срам!»* (Мойдодыр). Хочется надеяться, что все бывшие дети не забывают это и в своем взрослом состоянии.

Но как стыд может проявляться в СМИ, где конфликтные случаи демонстрируются респондентам как обычные модели поведения? Конечно, авторы подобных материалов в СМИ как будто бы осуждают дурные поступки словами других героев. Но все же их показывают, тиражируя их допустимость в обществе. Например, во множестве фильмов-сериалов, которые в последние десятилетия бесконечно демонстрируют по центральным российским ТВ каналам, непременно присутствует образ жертвы и ее обидчиков. Чаще всего жертва – это молодая женщина без опыта, которая постоянно попадает в нехорошие ситуации. Ее обидчики – это бесстыдная соперница или знакомый беспринципный мужчина, просто коварные родственники или иные люди, явно обижающие и обирающие ее. Действующие лица и персонажи могут быть различными и ситуации тоже. По законам жанра, в каждом ТВ произведении должен содержаться конфликт, лучше всего треугольник: жертва – обидчик – спаситель, который, как правило, приходит в конце истории и помогает жертве, наконец, выйти из критического положения. Зрители переживают, возмущаются коварством злодеев, желают скорее их наказать, и все это на протяжении немалого времени поддерживает в фильмах интригу, помогает развивать действие и держит телеаудиторию в напряжении. Одновременно сюжет постоянно прерывается рекламой, за что

его создатели и спонсоры получают немалые деньги. На этом в настоящее время строятся многие медийные продукты с затянутыми интригами и поворотами сюжетов и с множественными рекламными перебивками.

Стоит подчеркнуть, что демонстрация подобных сериалов – это не только привлечение телезрителей, но и массированное распространение в общественном пространстве определенных ценностей и представлений, норм и моделей поведения. Например, в семейной жизни на нашем центральном телевидении наряду с позитивом, акцентировавшимся в полузабытых советских фильмах и воспевавшим любовь, дружбу, теплоту, взаимоподдержку и взаимопомощь в человеческих отношениях, в нынешних телесериалах зритель видит очень много негатива. Это нередко очень явное и враждебное противостояние отцов и детей, забвение старых или больных родителей, это брошенные или полузабытые, а порой и перепутанные дети. В супружеских отношениях – это ложь, обман и измены, которые представляются в наше время в телепередачах почти как общепринятая норма. В жизни – это стяжательство и погоня за выгодой, несмотря на общеизвестные моральные нормы, подтасовки завещаний и других документов. В отношениях между коллегами в многочисленных фильмах демонстрируется ложная дружба, обман и предательство, цинизм, аферы и «подсигивание», пьянство, воровство, коррупция. И, кроме придуманных фактов и событий, проводятся и незаметно внедряются в массовое сознание сомнительные для общества идеи: «Справедливость и добро не всегда побеждают», «Сильный и богатый всегда прав» ... Похоже, постсоветское телевидение (и некоторые другие медиа-каналы) рождает новую мораль нашего изменившегося общества – отстраненность и равнодушие, отсутствие стыда и смущения при демонстрации многих пороков нынешнего российского существования. Конечно, во многих ТВ передачах звучат и нотки общественного осуждения, показываются примеры истинной любви и привязанности к близким, порядочности и преданности в дружеских отношениях, верность долгу. Но на фоне многочисленных преступных действий героев, множества убийств, на фоне долговременной лжи, запутанности сериальных сюжетов для многих зрителей теряются истинные человеческие ценности и утверждаются как возможные и их противоположности.

Подобные конфликтные сюжеты в концентрированной форме повторяются не только в фильмах-сериалах, но и в других телевизионных жанрах, например, в ток-шоу на бытовые темы. Это такие, ставшие уже долговременными, передачи центральных телеканалов как: «Мужское-женское»; «Давай поженимся»; «Пусть говорят», «На самом деле», «Андрей Малахов: Прямой эфир», «ДНК» и другие. Этот список можно дополнить и инсценировками судебных разбирательств на ТВ-каналах: *Домашний*, *НТВ* и иных. Авторы и герои рассказывают о криминальных случаях из жизни, не стесняясь самых дурных своих наклонностей и своего неприятного внешнего вида. На публику выливается ругань, девиантная лексика, нередко – и рукоприкладство. Публика в телестудии, как правило, по знакам модераторов, дружно осуждает или приветствует персонажей шоу – и виновников, и их оппонентов. Передачи, нацеленные на выяснение обстоятельств и на поиск истины, далеко не всегда справляются с этой задачей. Преступление или событие нередко остается для телезрителей непонятым, а для обидчиков безнаказанным. И виновники конфликтных случаев порой уходят от аудитории без чувства вины, сожаления и даже с некоторым поощрением. Совершенное ими зло, обсужденное публично, оказывается как бы «прощенным». Было ли здесь реальное, искреннее покаяние и публичное «очищение» как

один из видов общественного прощения за совершенный плохой поступок – остается неясным. А спонсоры и рекламодатели зарабатывают на всем этом огромные деньги.

Опасаясь скатиться к морализаторству, автор все же задает вопрос: являются ли СМИ в наше трудное время важным общественным рупором морали и нравственности, публичной площадкой для противостояния злу, каналом, несущим людям добро и созидание? Конечно, часть просветительских и образовательных телепередач это, безусловно, делает. Но большинство бытовых ток-шоу, как и фильмов-сериалов «для домохозяек», правда, представляемых и в праймтайм, все же захватывает своими интригами и жизненными ситуациями не только их, иначе рекламодатели не старались бы так бесстыдно эксплуатировать медийные возможности этого общественного канала. Представляется, что здесь именно та ситуация, когда о моральных нормах и гражданской ответственности, о пагубном влиянии криминальных практик и примеров создатели не задумываются. И это – тот случай, когда «деньги не пахнут». А наше, во многом пока пассивное общество, постепенно привыкает к тому, что многие, осуждаемые общественные пороки – это норма сегодняшней многообразной жизни. Испытывают ли телекоммуникаторы хоть какое-то чувство дискомфорта, чувство вины, смущения и стыда за свои стандартные и схематичные медиа-поделки, за тиражирование сомнительных поступков своих героев? Или, показывая людям «правду жизни», они воспитывают их? Этот вопрос также остается пока открытым.

Коллективно-профессиональный стыд

"Двенадцать стульев". Глава VIII.
Голубой воришка.



...Все существо его протестовало против краж, но не красть он не мог. Он крал, и ему было стыдно. Крал он постоянно, постоянно стыдился, и поэтому его хорошо бритые щечки всегда горели румянцем смущения, стыдливости, застенчивости и конфуза.

<https://pbs.twimg.com/media/>

Еще один тип современного медийного контента – это информация о примерах «профессиональных пороков» в некоторых социальных группах. Эти проблемы и сюжеты также заметно распространены в современной жизни, но они не так ярко отражаются на экранах телевизоров, в фильмах, в Интернете. Чаще всего они представляются аудитории лишь как единичные случаи. Пожалуй, эти социально-профессиональные «пороки» более типичны для прессы, где они также появляются лишь как описание отдельных случаев. Но все знают об этих «грехах», которые стали еще одной распространенной формой постыдного общественного поведения. Речь идет о повсеместном *бюрократизме, о некомпетентности и безответственности чиновников, об их взяточничестве и безнаказанности, о финансовых «поборах» в больницах (врачи, медсестры, нянечки) и в школах (учителя, охрана), о воровстве, нечистоплотности и обмане в торговле (поставщики, менеджеры, рекламодатели, про-*

давцы), о нечестных коммунальщиках, строителях, риэлторах, таксистах, парикмахерах, о несправедливых порой судьях и полицейских, о «гаишниках», собирающих мзду по дорогам. И о многих других людях и их, ставших уже массовыми, неправедных поступках и несправедливостях, которые каждый из нас неоднократно наблюдает в своей жизни. А жертвы – это и обманутые дольщики, и терроризируемые коллекторами должники, это родители школьников, которые вынуждены собирать деньги на нужды школ, на подарки учителям, это пациенты больниц, которые, несмотря на многие реформы в области бесплатной медицины, вынуждены платить за лечение, это покупатели большинства торговых заведений, в общем, это – россияне, практически все население страны. И об этом тоже время от времени в разных формах рассказывают наши СМИ, особенно телевидение и Интернет. На центральных телеканалах об этом идут информационные передачи: «Человек и закон» (Первый канал), «Петровка–38» (ТВЦ), «Чрезвычайное происшествие» (НТВ), нередко вопиющие факты представляются телезрителям и в новостных передачах.

Наиболее резонансные события находят быстрый отклик не только в телепередачах и в прессе, но и в интернет-пространстве. Так, задержание министра экономического развития России Алексея Улюкаева вдохновило интернет-пользователей на создание мемов и фотожаб: Главу Минэкономразвития, взятого за получение взятки в два миллиона долларов, в шутку уже сравнили с персонажем Ильфа и Петрова «голубым воришкой»: *«Все существо его протестовало против краж, но не красть он не мог. Он крал, и ему было стыдно. Крал он постоянно, постоянно стыдился, и поэтому его хорошо бритые щечки всегда горели румянцем смущения, стыдливости, застенчивости и конфуза»* (<http://mtdata.ru/u2/photo1CD4/>).

С горечью пишут в Интернете пользователи о своих наблюдениях за отсутствием стыда и корпоративной ответственности у многих наших современников: ... *«Снова всплыл вопрос, который я часто задаю и себе, и окружающим: ну почему столько людей вокруг не стесняются и не боятся обманывать нас, наносят нам иногда большой вред без зазрения совести, и им не стыдно, они не боятся ни “официального” наказания, ни кары “там”? ... Неужели жажда денег настолько сильна, что не жаль даже новорожденных детей?»*³.

«Он крал, и ему было стыдно» ... Но стыдно ли сегодняшним вора, коррупционерам и многим другим людям, объединенным в профессиональные сообщества, за себя и за поступки своих провинившихся коллег? Или чувство стыда, ответственности за свои профессиональные прегрешения испытывают только сами виновники? А их руководство, ступеньками выше, об этом ничего не знает? Конечно же, это не так. И их оправдание известно: *«Ведь все так делают»*. Стыд и совесть здесь спят. А иногда речь идет о «круговой поруке», этически сомнительной «корпоративной» и финансовой поддержке. Понятно, что почти каждый человек так или иначе хочет «заработать» а, вернее – получить некоторую прибавку-дополнение к своему основному заработку. Но о профессиональном и корпоративном стыде, о профессиональной этике в этих случаях не всегда помнят. Более того, «удачные поборы» коллег-соперников приводят к зависти в коллективах, к доносам.

Конечно, далеко не все поголовно участники профессиональных сообществ используют свое служебное положение в целях собственного обогащения. Более того, в отдельных организациях иногда делаются попытки создать и внедрить «профессиональные этические кодексы», искореняющие общественные пороки, но они в боль-

шинстве случаев (как, например, в журналистском сообществе) не работают. Посторонние люди с возмущением рассказывают друг другу о несправедливостях, с которыми они столкнулись в больнице, в магазине, на транспорте, часть случаев становится известной и с помощью медиа. И все это тоже как будто бы осуждается общественным мнением. Но, тем не менее, остается, продолжается и развивается.



Интернет-сообщество против: коррупции, обмана покупателей, поборов в школе, странной «бесплатной» медицины»

(<http://vrubcovske.ru/uploads/>; [https://cont.ws/uploads/ 7/](https://cont.ws/uploads/7/); <http://qwas.ru/images/>)

Несмотря на общественное осуждение и отдельные случаи «принуждения виновников к стыду», актуальным остается вопрос: должна ли быть у всей профессиональной общности коллективная ответственность за эти «массовые» на сегодня явления профессиональных поборов, обманов и некомпетентности? Или чувство ответственности в коллективе расплывается между его членами и ощущается гораздо слабее? А может, профессиональная общность, и тем более – профессиональная идентичность теперь отсутствуют, и сообщество (чиновников, учителей, врачей и прочих) уже не трогает внешняя оценка его деятельности? Или чувство вины, а тем более стыда, переживаний от бесчестья остается только индивидуальным?

Что же может понять телезритель и читатель газеты из озвучиваемых в СМИ сообщений и сюжетов о многочисленных, хотя и не всегда доказанных, поборах и обманах, с которыми он и сам сталкивается повсеместно? Бюрократизм, безответственность, ложь, обман, воровство далеко не всегда очевидны. В журналистских сообщениях об этих проступках нет четкости, мнения очевидцев не всегда совпадают. И коллективная ответственность опять двоятся: с одной стороны, СМИ действительно сообщают о неблагоприятных поступках нарушителей законов и этических норм. С другой стороны, журналисты, сообщающие об этом, и сами далеко не всегда

могут дать четкую и справедливую оценку событию. Некоторые из них прямо заявляют, что для них важна не столько достоверность информации, сколько скорость, с которой они, опередив конкурентов, представят материал редактору и своей аудитории. Об этом с некоторым смущением говорили недавно автору данной работы аспиранты факультета журналистики одного из крупнейших вузов страны.

Поэтому, спустя некоторое время, отведенное на расследование инцидента, даже громкие общественные нарушения рассматриваются в нашем обществе не как чрезвычайное событие, как еще одно доказательство серьезной общественной болезни, а только как частный случай, который быстро уходит от медийного и общественного внимания, заслоняется другими новостями. И если, спустя продолжительное время, о нем не напомнят по телевидению или в прессе, оно забывается и уже практически публично не осуждается. Если в коллективе отсутствует общая профессиональная идентичность, то и общая ответственность его членов отсутствует. В большинстве случаев о наказании и раскаянии, а тем более – о коллективной ответственности или о профессиональном стыде речь уже не идет. И вся страна, состоящая из многих коллективов и групп, не соблюдающих многие морально-этические нормы, становится рыхлой и слабой, теряя очень много в своем развитии.

Как же в этой связи ведут себя сами медиа-деятели? В Интернете, который охватывает своим вниманием многие сферы общественной жизни, граждански настроенные пользователи в очередной раз обратили внимание на редакционную политику нашего телевидения. Один из авторов, не без оснований углядевший на экранах центрального телевидения «эстрадную русофобию», замечает, что это все же не частные ТВ-каналы, на которые государство не вправе влиять. Но редакционная политика ряда каналов предоставляет некоторым из них *«поддерживать актеров и некоторых других людей, открыто и нагло пропагандирующих ненависть к России и любовь к киевскому режиму, обстреливающему Донбасс»*. В Сети, по свидетельству блогера, содержится информация с частными высказываниями представителей «русофобской богемы», о которых простые телезрители (домохозяйки, пенсионеры, сельчане) практически не знают, так как не пользуются Интернетом. Телеканалам проще сохранять на экранах узнаваемые, давно раскрученные персоны, которые приносят им деньги, а государственные интересы остаются при этом в стороне⁴. В качестве примера автор называет ряд известных фамилий и приводит их нелюбезные интернет-высказывания о нашей стране. Это еще один яркий пример корпоративной и профессиональной безответственности, когда побеждает не мораль, а деньги.

Рассуждая о социальном стыде, некоторые авторы повторяют, что обществу нужны коллективные психологические изменения в головах. Так, упоминая повсеместную коррупцию, в которой они видят одну из главных опасностей целостности государства, эти авторы предлагают вызвать у людей социальный стыд, который поможет преобразовать общество. В дискуссии, которая разразилась на одном из интернет-сайтов по поводу социального стыда, было справедливо замечено, что *«В советское время совесть была коллективным понятием, ценностью. Помните, как было: “не стыдно ли вам”, “совесть у вас есть”; постоянно звучало: “стыдно – не стыдно”, “где твое достоинство”, “поступайте по совести” и прочее. Это была норма поведения советских людей, строивших светлое будущее! Фильмы с подобными эпизодами отображали как раз ценности советского общества»*⁵.

Рассматривая множество фактов, связанных с выполнением профессиональных обязанностей представителями разных групп населения, хочется предложить некоторые меры для совершенствования сферы профессионально-корпоративной этики в нашей стране. Можно вспомнить опыт профессиональных ассоциаций или корпораций, профессиональных союзов, гильдий, в том числе и зарубежных, которые могли бы иметь ряд заметных общественных льгот, например – смягчение налогов, доплаты их членам за стаж, корпоративную защиту при судебных разбирательствах, дополнительную медицинскую страховку, бесплатную профессиональную поддержку, организацию совместных культурно-познавательных мероприятий и другие поощрения. Но при этом, стать членом определенного корпоративного сообщества не так-то просто. Их члены должны очень дорожить своей профессиональной честью, своим опытом, а коллектив должен не только следить за соблюдением этических и профессиональных норм своего сообщества, но и отвечать за профессиональное и этическое поведение каждого члена. Наказание провинившихся – публичное осуждение и позор в глазах своих коллег, пятно, падающее на все сообщество. Пожалуй, это один из способов освободиться от полускрытых постыдных массовых поборов и вымогательства, от обманов и других несправедливостей. И СМИ могли бы показывать и обсуждать не только негативные поступки отдельных людей, но и позитивные примеры профессионально-корпоративного регулирования.

Однако и сегодня нельзя не видеть, что, наряду с негативными общественными явлениями, за которые должно быть стыдно конкретным виновникам и их коллективам, многие российские медиаканалы представляют обществу и немало позитивных примеров, хотя их нельзя назвать массовыми. Например, по некоторым программам центрального телевидения, в отдельных печатных изданиях россиянам стали рассказывать о больных детях, которым необходимы сочувствие и финансовая помощь. Это – одна из гуманных общественных акций, вызывающих сострадание к маленьким больным соотечественникам. Многие сердобольные люди не просто сочувствуют им и их страдающим родителям, но и довольно быстро собирают на их лечение немалые денежные суммы. Эти коллективные акции доброты, милосердия и бескорыстия поощряются обществом, вызывают чувство гордости у медийной аудитории и показывают, что не все так плохо в нашем российском социуме. А доброта, милосердие и порядочность делают жизнь всего общества чище, позитивнее и привлекательнее.

Общегосударственный или общенациональный стыд

Около трех последних десятилетий мы наблюдаем заметное совпадение двух, казалось бы, далеких друг от друга явлений: **с одной стороны** – усилившуюся борьбу и соперничество стран и национальных элит за очередной передел мира, за региональное или мировое влияние, за новое распределение ресурсов, и, как результат – усилившуюся международную напряженность и конфликты. А **с другой стороны** – явление большого информационного взрыва или скачка, вызванного техническим прогрессом, появлением и развитием Интернета и других «высоких технологий». Одним из результатов этого процесса стало появление еще большей возможности давить на конкурентов и противников с помощью специально подготовленной информации. В итоге мировые и региональные общественные процессы, как позитивные, так и негативные, почти повсеместно и многократно ускорились. Определенная открытость информации, участие простых людей в ее создании, скорость, с которой

теперь уже не только журналисты, а и любой интернет-пользователь может отправить сообщение массовой аудитории, появление «человека медийного» – все это породило и усилило жесткую конкуренцию в информационно-коммуникационной сфере и в международных отношениях. До всеобщей информационной открытости, конечно же, еще очень и очень далеко, но многие факты национальным элитам уже не удастся полностью спрятать. Поэтому некоторая, даже малая информационная открытость заставляет людей более критично воспринимать и в определенной мере самостоятельно оценивать происходящие вокруг них события. Теперь и в прессе, и на телеканалах, и особенно в Интернете, можно увидеть далеко не всегда однозначные высказывания, мнения и оценки как прошлых и даже далеких исторических событий, так и современных.

Конечно, название данного раздела «Общенациональный стыд» – очень условное. Но, тем не менее, мы решили так назвать пока не очень понятное и быстро растапливаемое явление, ставшее в последние десятилетия особенно широко распространенным в общественном пространстве. Общегосударственный или общенациональный стыд – это чувство признания «нацией» своей коллективной вины. При этом государство (нация) берет на себя ответственность, устами своих лидеров признавая несправедливым совершенный ее гражданами проступок. Но случаев общенационального признания вины и публичного извинения известно в истории немного. Граждане, не принимавшие участие в ошибочных деяниях своих правительств, не понимавшие смысла части государственных действий и не получившие от этого никакой выгоды, далеко не всегда соглашались с навязываемым им чувством «коллективной» вины и не принимают ее на себя. Речь идет как о собственной внутригосударственной жизни, так и о международных отношениях.

Отметим, что признание коллективной общенациональной вины и чувство стыда за нее, а тем более – публичное общегосударственное покаяние, и в самом деле было редкостью в человеческой истории. Но все же оно случается. Одним из ярких проявлений государственного покаяния является послевоенное поведение Германии. Эта страна, принеся миру столько горя, захватившая вместе со своими сателлитами и разрушившая много европейских стран, жестоко лишившая жизни миллионы людей, теперь, в течение уже многих десятилетий несет ответственность, искупая «коллективную вину» немецких фашистов за их преступления. Другой пример – многие страны Запада, захватывавшие в свое время чужие земли и превращавшие их в колонии, освободившие их после мощных национальных движений в XX в., теперь, нередко без публичного покаяния стараются искупить свою общенациональную вину, принимая и привечая массы населения из своих бывших азиатских и африканских колоний.

Таким образом, в международных отношениях обсуждается вина, которую некоторые страны сами берут на себя (признают за собой) или другие страны возлагают на них за реальные или вовсе мифические действия, далеко не всегда понятные большинству населения. Признанная вина предполагает чувство сожаления, стыда, раскаяния, публичного извинения. А средства массовой информации в разных формах распространяют эту информацию, поддерживая, отрицая ее или еще больше запутывая своих читателей, слушателей, зрителей и других пользователей.

Действительно, если считать стыд добродетелью, одним из регуляторов коммуникативных процессов, то нельзя не согласиться с мнением М.Н. Губогло, что эта

нравственная категория, как и многие другие, «*состоит в запутанных связях с политическими институтами, этическими категориями и нравственными принципами, с политическим и экономическим развитием сообществ*» (Губогло 2016).

В нашей стране, в отличие от упомянутых выше других видов предполагаемого «стыда», центральные СМИ стараются более-менее выдерживать информационные позиции с точки зрения: *наши* поступки или *чужие*, виновны *мы* или *они*, должны ли мы стыдиться за действия нашей страны или нет. Хотя при этом часть медиа-каналов показывают видимость иной, на их взгляд «более справедливой» оценки, не всегда обоснованно и доказательно побуждая российские власти к покаянию. Во всех случаях, с целью убеждения аудитории и для доказательства своей «правоты» и наши, и все мировые медиа особенно активно используют не всегда этически и профессионально дозволенные информационные и манипулятивные приемы (*нечеткость информации, умолчание, полуправду, фейки (фальшивки), тенденциозность, завышенную эмоциональность* и т.д.). И большинство СМИ, включая и наши российские, особенно телевидение и некоторые центральные газеты, в ходе международных информационных противостояний, называемых теперь «информационными войнами», чаще всего стараются отвергать идеи «нашей» вины, убирать или смягчать обвинения в адрес своей страны. Интересен вопрос: шадят ли они общенациональное самосознание? Стараются ли отвести обвинения от управляющих элит? Или искренне верят в «нашу правоту» и стараются убедить в этом аудиторию?

Как показывает анализ медийного контента, неоднократно проделанный и нами, в ситуации явного противостояния и противоборства стран оппоненты далеко не всегда задумываются о журналистской этике и о человеческой нравственности – «на войне, как на войне», все методы хороши. И это вызывает у аудитории протесты, которые иногда стихийно, а чаще намеренно подхватываются и развиваются в прессе, на телевидении, в Интернете. Порой на информационных площадках разгораются бурные дискуссии о поступках не только обычных представителей разных стран (например, – *подрались немецкие и английские болельщики*), но и о поступках или высказываниях государственных лидеров. Таким образом, от возлагаемой на страну (и на народ) вины, далеко не всегда доказанной, меняется/ухудшается репутация страны, возникают и утверждаются в общественном пространстве новые несправедливые и обидные образы народов, растет международная напряженность, ломаются прежние межгосударственные договоренности и судьбы многих людей. Это хорошо видно, например, в ухудшившихся за последние годы отношениях между жителями Украины и нашей страны.

Желание всенародно пристыдить целые страны и их лидеров очень соблазнительно для некоторых обвинителей. Принимают ли спокойно страны высказываемые обвинения? Согласны ли они с претензиями, когда оппоненты требуют от их лидеров и народов громких публичных извинений и покаяний, а иногда – и материальных компенсаций? За многие столетия такие акции с предъявлением вины своим противникам были связаны в основном с войнами, с захватом чужих земель, людей и скота, с разорением селений, с насильственной гибелью населения. Многие конфликты, как известно, со временем затихали и разрешались не только потерями, горем и бедами их простых участников, но и неизбежным заключением мирных договоров между бывшими противниками, иногда – брачными союзами представителей элитарных кругов, выплатами компенсаций и восстановлением экономических и торговых отношений.

И в наше время примеров взаимных международных обвинений, часть которых быстро «уходит в песок», другие остаются в публичной сфере на годы, известно немало. Один из таких примеров – обвинения, высказывавшиеся в адрес нашей страны. Так, политики, журналисты и другие эксперты экс-советских республик в конце 80-х годов прошлого века стали публично в СМИ обвинять Россию (Москву) в том, что она на протяжении десятилетий была исторически и экономически несправедлива к своим «младшим братьям», забирая, например, у Украины большую часть угля и зерна, у стран Прибалтики – их апатиты и энергию с Игналинской АЭС, у узбеков и таджиков – их хлопок и т.д. Насколько это было правдой, аналитики до сих пор не могут разобраться, хотя очевидно, что наши советские братья получали от России ничуть не меньше. Обвиняя Россию в разных «грехах», эти политологи «забывали», например, о том, что с помощью россиян, в первую очередь – русских и многих других народов, все «окраины» бывшей Российской империи за советские годы были превращены в современные республики с развитой на то время инфраструктурой, с грамотным населением, с выросшей собственной интеллигенцией. Все это делалось в том числе и за счет русского народа (как самого многочисленного в стране), за счет наиболее компетентных русских специалистов, работавших в этих регионах. И россияне никак не могут испытывать чувство стыда, за то, что помогли многим народам создать свою письменность, открыть новые месторождения, построить города и заводы, поднять целину во многих, непригодных ранее для земледелия местах. Справедливости ради отметим, что «вина» России и русских за эти события постепенно растаяла в медийных дискуссиях политологов и историков, экономистов и других экспертов. И сегодняшнее состояние бывших советских республик в определенном смысле показывает – кто был прав. Об этом мы не раз писали в наших работах, основанных на анализе прессы (Малькова 1991).

После распада Союза в начале 1990-х годов и некоторые российские республики попытались продолжить тему вины России (Москвы) в их исторической судьбе. Это также выливалось довольно бурно через республиканские СМИ в массовое сознание жителей республик, которые выходили в региональных столицах на митинги протеста, требуя суверенитета и льгот их республикам и «коренному» населению. Все это вызывало огромное беспокойство и заметный отток русских жителей, в том числе и ценных специалистов из уже давно обжитых ими мест. И в этом случае сомнительная историческая «вина» России никак не была обоснована и доказана. Постепенно информация об этом также практически ушла из медийного пространства, хотя отголоски таких претензий, по результатам наших анализов прессы, до сих пор еще встречаются в некоторых республиканских газетных изданиях и особенно в интернет-блогах (Малькова 1997, 2017).

На протяжении столетий Россию (как и другие страны) неоднократно обвиняли и в иных, не всегда понятных давних и современных событиях. Кроме военных конфликтов, которые и в наше просвещенное время все еще продолжают, к поводам для обвинений стран-соперников и противников добавилась и масса других. Современные обвинения в адрес России связаны со многими международными событиями, в частности – с непонятной и самим россиянам войной в Афганистане (80-е годы XX века), за участие в которой наша страна до сих пор чувствует некоторую вину, за возвращение Крыма (2014), который для большинства россиян был всегда родным и очень значимым, и возвращение его в Россию вместе с Севастополем стало большой общегражданской радостью, хотя до сих пор в экспертном сообществе оценка этого

события неоднозначна⁶. Например, поляки до сих пор обвиняют Россию в организации катастрофы самолета с правительственными чиновниками Польши (под Смоленском – 2010 г.), страны Запада обвиняют нашу страну в крупномасштабном и полускрытом участии в войне в Донбассе, в нападении на Грузию (2008 г.), во вмешательстве в избирательную кампанию в США (2017 г.), в отравлении беглых разведчиков в Великобритании и т.д. Важно отметить, что СМИ, в том числе и российские, много материалов посвящают этим сюжетам, решительно или не очень твердо отвергая обвинения в адрес нашей страны. А результатом большинства сомнительных обвинений и требований признания вины (и наказания) становятся ощутимые для всего российского населения меры давления – принуждение россиян к «стыду» и к ответственности, а также – экономические санкции.

Наши наблюдения показывают определенную разницу в реакции российских центральных медиа-каналов и интернет-пользователей популярных соцсетей на обвинения, предъявляемые нашей стране. И те, и другие стараются не принимать вину на себя, приводят много доводов и объяснений. Но, если в ТВ дискуссиях (в ток-шоу), как правило, представляют разные точки зрения на события (хотя и с криками и ссорами), то в Интернете аудитория сразу и довольно решительно отвергает обвинения в адрес нашей страны. Так, в августе 2018 г. США объявили об очередной санкционной акции против России, что сразу же вызвало отклик в нашем интернет-пространстве: *«Америка требует от России публичного самоунижения и покорности»*. В числе многочисленных других наказаний, сенаторы США предложили *«рассмотреть возможность присвоения России статуса страны – спонсора терроризма»*. Это сообщение сразу же вызвало бурную реакцию в соцсетях: *«У меня обратный вопрос... А почему наш МИД не требует на всех международных площадках покаяния и покорности США??? С перечислением стран и народов, коим они принесли геноцид и страдания? Как немцы за Холокост, ...за другие преступления... пальцев на руках и ногах не хватает.... Как там у них: Платить и каяться, платить и каяться»*⁷. Разделяют ли чувство общенациональной вины, приписываемой им, все россияне? – Уверенности в этом, конечно, нет. И российские СМИ далеко не всегда могут ориентировать в этом свою аудиторию. Да и могут ли обычные люди – потребители не всегда ясной и достоверной медийной информации понять цели и мотивы государственных поступков? В этой связи очень актуальным становятся вопросы: что такое общенациональная ответственность и общенациональная совесть, что такое чувство общенациональной вины? Должны ли граждане огромной страны всегда разделять вину за проступки и ошибки своих властей? Должны ли потомки брать на себя вину, нести ответственность за несправедливые и несправедливые действия своих предков? Встает вопрос и о том, насколько эти действия были несправедливыми в тех условиях, часто экстремальных, сумбурных и непонятных для простых людей, запутанных пропагандой, идеями о счастливом и светлом будущем? Должна ли быть коллективная общенациональная ответственность людей за прошлое? Многие думают, что такой ответственности в этом быть не может. Однако непонятно – ведь успехами своих предков мы все привыкли гордиться, а за неудачи отвечать не хотим? И какой временной период можно считать достаточным, чтобы чувство вины со страны-нации было снято, а чувство «всеобщего стыда» было забыто?

Тема вины и предполагаемого общенационального стыда стран и народов продолжает так или иначе обсуждаться не только в телевизионных ток-шоу, но и пользователями Интернета. В одной из публикаций автор с говорящим псевдонимом Отто

Эдуард Леопольд фон Бисмарк-Шёнхаузен как бы продолжает и развивает упомянутую выше идею о вине самих обвинителей:

«...Почему европейцам не стыдно за то, что они наделали? Этот вопрос соотечественники задают регулярно, но пик его приходится на 22 июня, когда “нашим западным партнерам” вспоминаются их “шалости”, приведшие к гибели десятков миллионов абсолютно невиновных мирных советских граждан. Почему немцы вот уже 70 лет выплачивают компенсации за Холокост, не забывая круглосуточно каяться, но при этом, как бы это сказать помягче, спокойно относятся к своим преступлениям против остального, нееврейского населения СССР?

Еще более спокойно, чем немцы, воспринимают 1941-й год граждане стран “наших западных партнеров”, вместе с немцами пришедшие к нам в 1941-м с огнем и мечом – испанцы, итальянцы, французы, хорваты, финны, норвежцы, голландцы? Спросите их, испытывают ли они чувство вины за свое участие в плане “Барбароса” – они даже не поймут, о чем вы...

Еще больше, чем “наши западные партнеры”, удивляют “партнеры восточные” – венгры, румыны, поляки, словаки, болгары, которые не только не чувствуют своей вины, но и изображают из себя жертв “русской агрессии”. Особенно трогательны болгары, заявляющие, что не воевали и не убивали в СССР, а ТОЛЬКО послали туда несколько санитарных поездов, где ставили на ноги тех, кто воевал и убивал... Ну, лапушки-пацифисты, что тут скажешь.... Японцы, кстати, тоже никаких угрызений совести за свои “шалости” на Дальнем Востоке и в Манчжурии не испытывают. Японцы в войне против СССР – исключительно жертвы... Зато сильнейшее чувство вины они испытывают перед американцами, которые вообще – Чемпионы Мира по отсутствию совести, ибо даже Дрезден, Хиросиму и Нагасаки умудрились назвать актами “укрепления дружбы между народами”, на которые “эти русские варвары” генетически не способны... В основе этого кода – принципиально разное отношение к греху, который в православии и в дохристианских славянских традициях имеет абсолютное значение, где грабеж – это всегда грабеж, а убийство – это всегда убийство, независимо от того, какими мотивами оно обусловлено»⁸.

Но не только за пределами, а и внутри страны некоторые группы граждан и политические партии требуют от нынешних властей повиниться уже за внутренние преступления. Так, чувство вины и некоторого общенационального стыда, смятения и коллективного смущения (?) сохраняется, например, для России в народной памяти, в литературе, в песнях и в государственных, надолго засекреченных документах. Это некоторое смущение при напоминании о Русско-японской войне 1904–1905 гг., о непонятной для многих войне в Афганистане (1980-е годы), о некоторых других военных кампаниях, об ошибочном и необоснованном решении убить Николая II и членов его семьи⁹.

Кроме упомянутых выше, вину России (Москве) также предъявляют за распад Советского Союза, до сих пор многим гражданам непонятный, за заметное и не всегда правдиво объясняемое сокращение населения страны и замену его чужими мигрантами, за оставленных в бывших советских республиках наших соотечественников, за жертвы в межнациональных конфликтах, за несправедливую приватизацию национальных богатств, за бедность и прочие социально-экономические неурядицы. И – за падение нравов, которое ежедневно демонстрируют россиянам «продажные»

СМИ, а современное общество теперь уже почти спокойно это принимает. Обвинения звучат в СМИ в адрес властей, которые, несмотря на постоянство, все же частично сменяемы. Понятие «власти», как известно, весьма растяжимое, и если у кого-то из чиновников появляется чувство некоторого смущения (стыда?) от всем видимых неурядиц, то это чувство также неопределенное, и оно никак населением не ощущается. Чувство покаяния и стыда за ошибки, за некомпетентность, за прямые проступки и преступления довольно редко показывается публично.

В многочисленных общественных дискуссиях по поводу неурядиц, прегрешений и общей вины россиян заметную роль на различных информационных площадках, как известно, играет российская интеллигенция. К этой группе теперь условно относятся многочисленные политологи и эксперты, среди которых – ученые, дипломаты, российские писатели, кинематографисты, многие другие деятели российской культуры и искусства. Практически все медиа-каналы предоставляют им возможность убедить или переубедить аудиторию.

В последние годы на телевизионных ток-шоу, которых в настоящее время можно увидеть немало на центральных каналах («Время покажет», «60 минут», «Вечер с Владимиром Соловьевым», «Право голоса», «Место встречи» и т.д.) общественное внимание концентрируется в основном на взаимоотношениях России с Украиной и со странами Запада. Задача этих политических ток-шоу – пропагандистско-манипулятивная и коммерческая. Как об этом мы неоднократно писали (Малькова 2018), коммуникаторы и их спонсоры не только хотят убедить население и оппонентов в «нашей» правоте, но якобы хотят разобраться в причинах наших поступков и действий, отвести от нас всякие претензии и обвинить самих наших оппонентов. И, как ни странно, значительная часть политизированного российского населения принимает активное участие в обсуждении горячих общественно-политических проблем, частично (с помощью медиа) забывая об их экономической и пропагандистской составляющей. Однако нынешняя аудитория тоже далеко не всегда однозначно относится к таким псевдодискуссиям, о чем свидетельствуют разные высказывания в Интернете:

• *Эти передачи поначалу привлекли мое внимание. Ну как же – собираются люди, известные действующие политики, политологи, иногда деятели культуры, приглашаются гости из-за рубежа и обсуждаются животрепещущие проблемы. Но во что все это вылилось? От слова Украина по радио или телевидению меня уже просто тошнит. Пережевываются все те же вещи, которыми забиты другие СМИ, что там себе думает Трамп и как полезны оказались для России санкции, а граница от них страдает... Потоки гадостей, вранья и ненависти бурлят на этих эфирах. Мне кажется, что эти шоу давно используются ведущими как кормушка, и все средства хороши, чтобы привлечь рекламодателей¹⁰.*

В последовавших за этим «заводным» текстом комментариях интернет-сообщество горячо соглашалось с мнением автора:

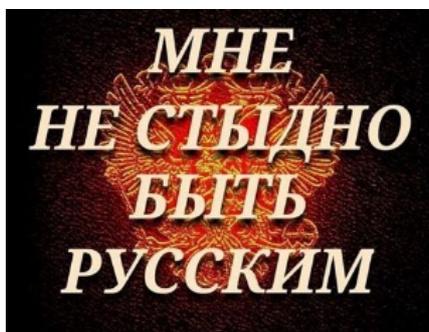
• *Согласен с автором статьи на все 100%!!! Правда, нужно еще добавить, что эти ток-шоу, а вернее БАЗАР-ШОУ, не так уж и безобидны!!! К сожалению, они еще отвлекают внимание зрителей от действительно важных и насущных проблем общества!!!*

• *Стране «как воздух» нужна справедливая и понятная ИДЕОЛОГИЯ и МОРАЛЬНЫЕ принципы развития общества – но об этом ни слова!!! То же самое и с экономикой, и развитием страны – и тоже об этом ни слова!!!*

• *Украина с ее проблемами у всех уже в печенках сидит. Не пора ли весь этот БАЛАГАН прекратить!?*

• *И возразить невозможно!*¹¹.

Кроме телевизионных площадок бурные дискуссии о вине различных стран, их властей и народов поддерживаются также и в российской прессе, и в Интернете. Но вина трактуется участниками дискуссий по-своему. Так, большой отклик в интернет-пространстве вызвало недавнее заявление известной российской актрисы Лии Ахеджаковой. Она, в частности заявила, что *«трагедия малазийского Боинга “МН-17” целиком лежит на совести русских, и ей горько принадлежать к этому народу»*. Она же высказывала свое особое мнение, критикуя политику Москвы по отношению к Украине.



<https://i.mycdn.me/i?r=AyH4iRPQ2q0otWIFepML2LxRrOup7X2ixkA5bZ5CITxs0A>

Один из блогеров – А. Казаков выступил по этому поводу со своей публикацией: *«Я устал от обвинений в адрес России», которая сразу же привлекла внимание интернет-пользователей*¹². *«Я русский! Я устал! Устал извиняться, устал нести ответственность, устал стыдиться, устал чувствовать позор! За что? ... За то, что Латвия, Эстония, Литва каталась как сыр в масле? За то, что, обороняя Порт-Артур, променяли 15 тысяч русских на 110 тысяч японцев? ... За то, что Советская Армия освободила Европу от фашизма? Может, мне извиниться... за Брестскую крепость? ... За что я как русский должен здесь извиняться!? За то, что, несмотря ни на что, мы сохранили честь, гордость и человеколюбие? За то, что наши правители не дают нас опустить до уровня Сомали? За то, что мои прадеды выбили с Дальнего Востока японцев и американцев?*

Я понял! ... Я должен извиниться за то, что немытая, забитая и необразованная Россия дала миру Толстого, Герцена, Горького, Гоголя, Ломоносова, Чернышевского, Гагарина, Королёва, Циолковского, Крылова и прочих! Да. Я устал. Я русский, и я устал извиняться за то, что я русский. ...

У каждого государства есть страницы истории, которыми можно гордиться, но почему-то только Россия должна стесняться своей истории и посыпать голову пеплом! И перед кем? Перед Европой, которая уничтожила инков, ацтеков, майя, сжигала людей на кострах, вырезала пол-Африки, а остаток продала в рабство!

Интересно, что должны мы сделать, чтобы наконец-то все, “униженные” нами, нас простили?

Может, хватит нам писать о своей истории в извиняющемся и самоуничижительном тоне?

Лично я устал извиняться! Пора научиться гордиться тем, кто ты есть!

*Я русский, и хочу, чтобы мои дети гордились той страной, в которой они родились!»*¹³.

Теме стыда за некоторые действия наших элит, за то, что большинство из нас – русские, которые почти во всем и почти всегда виноваты, в чем нередко вынуждены оправдываться, посвящены разные публикации – и штатных журналистов, и экспертов, и свободных блогеров, и просто интернет-пользователей. Одним из ответов на обвинения русских стала статья Дмитрия Грунюшкина в газете «Аргументы недели» – «Почему им стыдно быть русскими?»: *«В последнее время в среде некоторых людей стало модным стыдиться, что они русские. Просто мировое поветрие какое-то. Что же за напасть такая приключилась? Почему вдруг такой эпидемический приступ стыда и самобичевания? Самобичевание у русских в крови... Мы смеемся сами над собой. ... Вам стыдно, что вы русские? Поверьте, нам тоже очень стыдно, что кто-то вас считает русскими»* (16.03.2018).

В центральных СМИ потоку враждебных идей и ценностей довольно слабо противостоит другая часть информации – о том, что мы – русские (и другие россияне) – сильные и гордые люди, что у нас не только обширная страна и древняя и богатая история, множество народов с самобытной культурой, издавна мирно живущих вместе, великие герои, много подвигов, огромные культурные достижения, но еще и активная, созидательная современная жизнь, и интересное будущее.

Отметим, что не только в адрес нашей страны летят обвинения. И сама Россия также неоднократно высказывала в СМИ свои претензии в адрес других стран: Украина, Белоруссия, страны Прибалтики, Молдова, Грузия, Турция, страны Запада... В большинстве случаев обвинения были связаны с экономическими и с политическими проблемами, но нередко вспоминались и исторические события. Обвинения, звучавшие публично, затем и здесь потихоньку уходили из эфира, отношения партнеров возобновлялись, а СМИ обращались к другим сюжетам.

* * *

Подводя некоторые итоги, отметим, что в данной работе мы намеренно обошли некоторые сюжеты, издавна связанные с темой стыда, в том числе – «отношение разных религий к проблемам стыда», соотношение «стыда, совести и вины», «стыда и срама» и некоторых других. Мы полагаем, что это отдельные большие темы, уже разрабатываемые исследователями в течение многих десятилетий, о чем свидетельствует ряд работ. В данной работе мы лишь слегка коснулись такой важной для поликультурного общества темы, как стыд у различных народов, чему также посвящено уже немало публикаций. Наше внимание было сосредоточено в основном на сегодняшнем проявлении стыда в современном российском обществе и отражению его (или не отражению) в «кривом зеркале» современных средств массовой информации.

Важно подчеркнуть, что стыд как одна из ярких морально-нравственных категорий и общественных представлений *о правильном и неправильном, о хорошем и плохом, о добре и зле*, является своеобразным регулятором поведения человека и всего человеческого общества. С его помощью человек познает – что можно делать в обществе, а что нельзя, что будет осуждаться окружающими, а что – нет. Стыд является одним из заметных регуляторов социальных отношений, выработавшихся людьми опытным путем в течение тысячелетий. К настоящему времени это явление, изучае-

мое психологами, антропологами, социологами и другими учеными, а также деятелями искусства, но все же пока во многом непонятное, имеет немало проявлений. При всем многообразии реальных форм, их можно свести к следующему: стыд – это дискомфортное эмоциональное и даже физическое состояние человека, связанное с совершенным им или его близкими проступком, и сопровождающееся сильным смущением, состоянием неловкости, конфуза, стремлением «провалиться сквозь землю», «сгореть со стыда» и с желанием раскаяться, повиниться, исправить и искупить свою вину.

Средства массовой информации, так или иначе касаясь проблем морали и нравственности, неизменно затрагивают и категорию стыда. СМИ в художественной и документальной форме показывают различные проявления вины и стыда, покаяния и оправданий. На рубеже XX и XXI веков и далее, в связи с бурным развитием информационных технологий, в связи с появлением некоторой «открытости» в информационном пространстве, явление стыда в очередной раз трансформировалось и вышло из сферы индивидуального и группового в общенациональное пространство. Но, несмотря на многие массовые общественные проступки и прегрешения, за которые должно быть неуютно целым социально-профессиональным группам и даже странам, чувство стыда и вины не стало реально коллективным, а значит – и серьезно регулирующим глобальные общественные отношения. Оно осталось в целом лишь индивидуальным явлением, когда вину чувствует только сам конкретный виновник. А иногда и он отрицает свою вину безо всякого стыда. И как подтверждение наших выводов, судя по телепередачам центральных российских каналов, по публикациям прессы, основное медийное внимание, несмотря на массу поводов, направлено в основном на факты индивидуальных проступков и стыда и очень мало касается стыда группового и стыда общенационального.



<https://pbs.twimg.com/media/EboIHkzXYAALmm0.jpg:large>

Наивно было бы думать, что разработанные на всех уровнях морально-этические кодексы и сценарии в СМИ помогли бы создать идеальное человеческое общество. Но вопросы нравственного поведения достаточно злободневны, и они заметно беспокоят наше общество, озвучиваются, ставятся, чем особенно отличаются не только отечественная пресса и все традиционные СМИ, но и Интернет.

Таким образом, современные российские медиа, являясь общественной и доступной для всех площадкой для реального противостояния злу и другим человеческим порокам, далеко не полностью используют свои возможности, чтобы выполнять одну из важнейших гуманистических миссий – помогать людям осознавать себя разумным человеческим сообществом, помогать разбираться в огромной сфере человеческих взаимоотношений. А пока во многих наших медиаканалах довольно слабо просматривается доминирование добра над злом. И сама моральная категория «стыд» явно перекрывается в информационном пространстве погоней за деньгами и наживой, пропагандой легкого и не всегда праведного образа жизни.

¹ См.: [Электронный] общий толковый словарь русского языка. URL: <http://tolsklovar.ru/s13524>

² См., например: Малькова 2017в.

³ Почему им не стыдно и не страшно? Об обманщиках, жуликах и просто бессовестных людях. Пост блогера Миры Сим (simira). URL: <https://shkolazhizni.ru/psychology/articles/63179/>

⁴ URL: <http://politrussia.com/society/patriotico-li-nashe-418>

⁵ Социальный стыд – первый шаг к преобразованиям в обществе. Пост блогера lutik_12. 17.06.2012. URL: <https://lutik-12.livejournal.com/11594.html>

⁶ См. Раздел II настоящего издания. С. 149–190.

⁷ Джерелиевский Б. Америка требует покорности. URL: <http://vashmnenie.ru/blog/43171670561/>

⁸ Сильный всегда прав. URL: <http://vashmnenie.ru/blog/43530135804/>

⁹ URL: <http://www.ntv.ru/video/141391/>

¹⁰ Зачем люди смотрят политические шоу. 04.07.2018. URL: <http://vashmnenie.ru/blog/43000086246/Zachem>

¹¹ Там же.

¹² Пост блогера А. Казакова. «Я устал от обвинений в адрес России». Цит. по: URL: <http://www.klaipeda1945.org/voprosy-i-otvety/ya-ustal-ot-obvinenij-v-adres-rossii/>

¹³ Там же.

ГОРДОСТЬ И ИДЕНТИЧНОСТЬ В СМИ

В данной работе мы остановимся на одном из давно известных человеку феноменов – *гордость*, интересных как для науки, так и для жизни. Тем не менее это явление и сегодня все еще не до конца изучено. На протяжении многих веков *гордость* как одна из этических категорий не оставалась незамеченной в общественной жизни, но рассматривалась людьми неоднозначно. С одной стороны – это чувство и состояние удовлетворения предпринятыми усилиями и получившимися результатами, так называемая «самооценочная эмоция», выражение радости за успехи и достижения человека или группы, а порой – и огромной социальной общности, например, целой нации. С другой стороны, народная мудрость далеко не всегда оценивает гордость позитивно. Более того, поскольку проблема нравственности, с которой гордость связана довольно тесно, является постоянной и важной темой для человеческих сообществ, в том числе и для религий, религиозные догматы трактуют *гордость* как грех или начало греха. В христианстве: «гордость в череде страстей стоит после тщеславия, а значит, и проистекает от этого порока, имеет в нем начало»¹, а в Коране гордость и высокомерие считаются «характерными чертами отрицания и богохульства»². Как зафиксировано в народных поговорках, «*Гордым Бог противится, а смиренным дает благодать*»; «*В убогой гордости диаволу утеха*» ...

Почему изучение *гордости* – этой неоднозначной и практически вечной социально-психологической категории, этого сложного многомерного образования, связанного с пониманием добра и зла, актуально в настоящее время? Мы видим для этого несколько важных поводов. В XXI веке, в период глобальных изменений во многих областях общественно-политической жизни, в процессе заметно усилившейся конкуренции стран и элит в борьбе за природные и трудовые ресурсы, за доминирование в разных уголках мира, за влияние на массовое сознание больших сообществ, за возможность «правильной» по их версии организации путей и направлений развития человечества все более важным становится утверждение понятных для большинства его членов, хотя и во многом новых правил общественной жизни. Исследование концепта *гордость*, как и многих других человеческих ценностей, имеющих большое социально-политическое и культурное значение, важно для формирования представлений россиян о своей стране и для сохранения памяти о ее трудной истории, о великих предках, их подвигах и заслугах, которыми справедливо гордятся наши современники. Исследование общественных форм и функций этого явления важно и для дальнейшего культурного и духовного движения общества, для создания новых и для поддержания некоторых давних традиций, помогающих не только реализации целей элит, но и жизни обычных людей. Изучение концепта «гордость» важно и необходимо и для формирования общенациональных и этнорегиональных идентичностей, в значительной степени опирающихся на массовые представления о наших общих прошлых и нынешних успехах и достижениях, для повышения самооценки их жителей. И помимо этого, исследование феномена гордость важно и для социально-экономического и политического развития страны, для выявления факторов и направлений развития ее территорий, ее городов и регионов, заметно соревнующихся и конкурирующих между собой. Изучение этого явления важно также и для создания актуальных территориальных брендов, и для привлечения в страну и ее регионы новых людских и финансовых потоков. Наконец, современный взгляд на это явление необходим и для понимания смысла и направлений меняющейся общественной нравственности и морали и для формирования складывающихся на наших глазах

новых вертикальных и горизонтальных отношений в российском обществе, живущем теперь в иных социально-политических условиях.

Формы и общественные функции гордости

Что такое *гордость* и каково ее место в социальной и особенно в нравственно-психологической сфере жизни? Как замечают современные исследователи, гордость, на первый взгляд, находится на периферии этического словаря, хотя на разных этапах истории и в разных культурах она рассматривалась как сложный комплекс эмоций, мироощущений и ценностей (Зубец 2006). Этот феномен, являющийся одной из базовых человеческих эмоций, действительно издавна интересовал мыслителей. Гордость – явление общечеловеческое, характерное для разных времен, для всех народов и стран, о чем можно судить по многим археологическим и письменным источникам, в том числе и по многим случаям, уже описанным в мировой научной и художественной литературе. Поводы для гордости у людей почти всегда находятся, и они лежат на поверхности. Человек гордится красотой своего тела, силой, своим умением, мастерством или талантом, успехами своими или близких, достижениями своих малых и больших сообществ, в которые он включен. Люди гордятся многими произведениями человеческих рук и человеческого разума – прекрасными строениями, картинами, скульптурами, художественными произведениями, выдающимися личностями. В процессе развития у человечества выработалась даже некая «идеология» гордости, воспевающая такие качества, как: героизм и смелость, гуманность и милосердие, творчество и умение, гармонию и красоту, а также – «нас», «наше» и «нашу причастность» к успешным делам и поступкам, акцентирующим общественное внимание на лучших, успешных, достойных. Таким образом, гордость – это одна из социальных ценностей, играющая определенную и немалую роль в коммуникативной практике человека. В одних случаях она успешно участвует в процессах позитивной консолидации, объединяет людей общей радостью, а порой и стимулирует, вдохновляет, мобилизует их (и других) на подобную деятельность, на повторение аналогичных достижений или их приумножение. И в этом – большая позитивная общественная функция гордости. Но в других случаях она разделяет людей на конкурирующие и соперничающие группы, иногда с очень далекими и негативными последствиями.

Гордость – это сложное многомерное образование, по-разному интерпретированная реальность, отраженная в языковой семантике. Подчеркивая давний интерес людей к этому феномену, исследователи обращают внимание на старинные русские пословицы о гордости и о гордецах, в которых издавна фиксировались и обобщались как позитивные, так и негативные стороны гордости. Так, гордость как чувство собственного достоинства связана с потребностью человека в уважении и сопереживании со стороны других, поэтому в ряде случаев она и в народном фольклоре оценивается положительно: «*Русский в словах горд, в делах тверд*». Однако пословицы и поговорки отражают и неоднозначные народные представления о гордости. Лингвисты, например, зафиксировали среди них нравоучения, рекомендации или нормоустановки: «*Не кичись, лучше в ножки поклонись; Не задирай нос высоко — споткнешься; Будь красив, да не будь спесив*» ... Интересны и поговорки, отражающие «характеристики гордеца» – «*Как индюха ходит; Как брянская коза вверх смотрит*». Народный глаз подметил и статусное проявление гордости: «*У спесивого чины дорожке вотчины; Боярская спесь на самом сердце нарастает; Нищему гордость, что корове седло*» (Малахова 2009).

Важно отметить, что содержание концепта гордость тесно связано с национально-культурным опытом говорящих, и во многом зависит от традиций, обычаев, нравов, особенностей быта, стереотипов мышления, моделей поведения, которые складывались в течение столетий у конкретных этносов. Но, несмотря на некоторые этнокультурные особенности, гордость хорошо знакома всем народам. В данной связи можно упомянуть интересное исследование М.Е. Скибы (Скиба 2004), рассмотревшей это явление на примере идеологического дискурса США. В частности, автор показала, что слова *pride* и *proud* (гордость) занимают в современной американской прессе одно из центральных мест по частоте употребления. Тем самым, отмечает автор, носители самых разных идеологий дают понять, что они испытывают гордость оттого, что принадлежат к какой-то конкретной группе индивидов или социально-политической общности. Так, белые расисты, по ее данным, открыто выражают свое удовлетворение по поводу их причастности к белой расе. Отсюда словосочетание «White Pride», давно ставшее устойчивым в расистском дискурсе. Черные американцы, в свою очередь, гордятся тем, что они – «черные» («Black Pride»). Приводя множество конкретных примеров, автор замечает, что в них во всех в той или иной форме содержится противопоставление «нас» и «их» и подчеркивается эксклюзивность «нашего» положения, в частности, в форме превосходной степени. В рамках идеологического дискурса Скиба выделяет следующие смысловые компоненты концепта гордость: *«мы лучше, чем они; нам повезло, что мы такие; мы отличаемся от них, наша миссия уникальна»* (Там же).

Несмотря на всеобщую распространенность и видимую универсальность этого явления, определенные этнические различия в ее проявлении все же можно видеть в разных культурах. Например, немало говорят о повышенном чувстве гордости кавказских народов. – Миф это или реальность? Суждения об этом неоднозначны. Например, в дискуссиях об особой гордости кавказцев, распространенных в нынешнем Интернете, оппоненты этого утверждения «из народа» удивляются: «Чем гордится кавказец? – Самим фактом, что он мужчина. Чем гордится русский? – Тем, что он может, умеет и знает. Той пользой для других, которую может принести. Возразят, что кавказец гордится не просто своей принадлежностью к мужскому полу, но своим мужеством и силой. Однако славянские товарищи, участвовавшие в реальных стычках с кавказцами, единогласно свидетельствуют: кавказцы смелые, пока они в большинстве; до тех пор, пока не имеют дело с равным противником. Как только они чувствуют равную или превосходящую силу, как тут же пасуют. Не потому ли они носят с собою ножи? Хоть в чем-то превзойти противника»³. Насколько подобные утверждения «народных экспертов» близки к реальности – этот вопрос остается неясным, ведь здесь участники спора касаются только одной стороны явления «гордость». А на самом деле, как и у всех народов, гордость Кавказа – это его уникальная природа, его люди с особыми традициями гостеприимства и уважения к старшим, его красивые и трудолюбивые женщины и отважные мужчины.

Как известно, гордость может относиться к любой сфере человеческой жизни – к экономике, политике, культуре, искусству, спорту, кулинарии, к рукоделию, конкурсу красоты, садоводству. Современная жизнь демонстрирует нам разнообразие проявлений и бытования этого феномена. Как показывает, например, сайт информационного агентства «Камчатка», запустившего в год 10-летия со дня образования Камчатского края свой интернет-проект «Наша гордость», – это люди, места и собы-

тия. Авторы призывают интернет-пользователей отмечать природные достопримечательности, здания, парки, площади, памятники, туристические маршруты, исторические события, фестивали, праздники, выставки, открытие новых зданий, события важные лично для человека, исторических личностей, политиков, учителей, врачей, строителей, знакомых, родственников и друзей, внесших, на взгляд участников проекта, большой вклад в развитие края, города, села и т.п.⁴ И само слово *гордость* в некоторых случаях уже стало брендом. Так, например, под названием «Русская гордость» в Липецке работает питомник собак⁵. Нашим достоянием и нашей гордостью, по мнению многих, является русский язык⁶. «Гордость Якутии» – это народная премия, организованная холдингом «Сахамедиа». В Якутии же проводят и «Парад Гордости»⁷. А гордость казахов и всех народов Казахстана – это Астана, «еще один символ величия нового Казахстана».

Рассматривая явление «гордость», нужно подчеркнуть, что гордость бывает индивидуальной («*Ай-да Пушкин! Ай-да сукин сын!*») или: *Я победил, я добился, я – молодец!*), групповой (*Мы сделали это! Мы – молодцы!*), общенациональной (*Мы гордимся своей страной!*) и общечеловеческой (*Человечество гордится прорывом в космос!*). Почти каждому человеку знакомо это чувство, когда он совершил добрый поступок, закончил трудное дело, совершил удачную сделку, выиграл трудные соревнования, и окружающие узнали и позитивно оценили его достижения. В обычной жизни человек тоже может гордиться чем-то для него значимым – своим домом, семьей, своим образованием, достатком, тем, что нашел и прочитал интересную книгу, купил новую машину, побывал в других странах или выиграл миллион в лотерею. Мы часто видим на телеэкране спортсменов, артистов, ученых, а иногда и рабочих, торжественно награждаемых на самом высоком уровне орденами, медалями и премиями. Люди заслуженно гордятся этими наградами, с благодарностью принимая их, некоторые – со смущением, другие – с нескрываемой радостью, а третьи – уже привычно. Это небольшие, но для человека весьма значимые поводы для гордости, выражаемые в чувстве радости и удовлетворения или в бурном афишировании своих удач.

Можно вспомнить и иные эпизоды награждений (например, по старым советским фильмам), когда в небольшом коллективе начальник приглашал к себе в кабинет рабочего или служащего и, похвалив его за сделанную работу, передавал ему в качестве награды грамоту и, например, путевку в дом отдыха. Сослуживцы, присутствовавшие на этой скромной церемонии, аплодировали и поздравляли смущенного, но гордого «героя», намекая на то, что надо бы это событие отметить. То есть, советские люди видели *гордость* как эмоцию – проявление радости человека или коллектива (например, при награждении переходящим Красным знаменем, грамотой или вымпелом). Люди помнят в момент публичного поощрения свое чувство удовлетворения и торжества за то, что им удалось победить или обогнать других. В психологии отмечается, что проявлением эмоции гордости является и определенное внешнее выражение: индивид чувствует себя большим, полным сил, достойным, он буквально ощущает увеличение параметров своего тела (Малахова 2009). Заметим, что во всех подобных случаях многие люди ожидают или надеются не только на словесное поощрение или награду, но и на их материальное воплощение. Таким образом, гордость в большинстве случаев связана как с естественной радостью, так и с ожиданием некоторых дивидендов.

Но, как известно, есть и другие формы гордости. Например, не одна женщина может вспомнить из своей (или чужой) практики слова «гордячка» и «недотрога»,

когда смущение или «женская гордость», культивируемая в традиционных обществах, вызывали в наблюдателях насмешки, а иногда – и зависть. Эта девушка, по мнению окружающих, ведет себя не так, как принято в данном сообществе, ее скромность принимают за необоснованную горделивость и гордыню, и это окружающие осуждают, считая нарушением привычных для них норм. Здесь гордость также связана с целым комплексом эмоций, но это уже не чувство радости и эйфории у человека, над которым насмеются. Более того, слово «гордячка» ассоциируется в данном случае не только с естественным девичьим смущением и мироощущением, но и со стыдливостью, с иными понятиями о морали, с желанием скрыться от обидчиков, от их публичного внимания и осуждения. Подобные случаи не раз были отражены в литературных произведениях, в кинематографе. Можно вспомнить широко известный роман английской писательницы Джейн Остин «Гордость и предубеждение» или некоторых литературных персонажей русских классиков, где естественное человеческое достоинство и самоуважение, разное понимание норм морали воспринималось окружающими как необоснованная гордость или гордыня. Редкая молодая женщина могла противостоять самостоятельно осуждающему отношению окружающих, что приводило к страданиям и даже суицидам. В настоящее время, в ситуации наблюдаемого нами культурного кризиса, меняющего взгляды на общественную мораль, подобные примеры становятся все более редкими.

Гордость в большинстве случаев выступает как одна из форм коммуникации, ведь чаще всего она связана не только с чувствами и переживаниями самих гордящихся субъектов, но и окружающих их «наблюдателей». Одни из них разделяют гордость и радость «счастливчика», другие завидуют, обижаются, что их обошли, или остаются равнодушными к событию. Некоторые чувствуют горечь, обиду, досаду и стараются что-то предпринять, чтобы в другой раз тоже достичь успеха. Таким образом, гордость и радость одних иногда может расстроить, но и мобилизовать других людей на добрые или злые поступки, стимулировать их деятельность. Этот аспект, связанный с «наблюдателями», пока исследован слабо, и, пожалуй, только в художественной литературе.

Однако за многие столетия люди все же придумали целый набор знаков внимания и поощрения, демонстрирующих и символически закрепляющих моменты триумфа и гордости человека, группы или даже страны. Символы публичной оценки успехов и достижений, которыми гордятся люди и коллективы, а также формы и варианты наград и поощрений в разное время и в разных культурах не очень отличаются. В прошлом во многих странах победитель или другой достойный человек мог награждаться благосклонностью покровителей, чинами, званиями, отличительными знаками, деньгами, и поместьями, рабами или крепостными. Это могли быть, как и сейчас, и словесные восхваления, превозношения, славословия. В словаре синонимов можно найти немало терминов, которыми обозначают поддержку и гордость «счастливчиков»: *прославление, расхваливание, нахваливание, дифирамб, осанна, гимн, панегирик, похвальное слово, ода, хвалебная речь, восславление, хвала, молитва* и другое⁸.

Сегодня в России практикуются разные варианты поощрений – чествование, награждение, премии, медали, грамоты, кубки, доски почета... И наградами в наше время могут быть также, как и раньше, медали, нагрудные знаки, грамоты, кубки и фотографии на Доске почета. Как пишет всезнающая Википедия (взято из БСЭ), «Доска почета – это стенд с именами и фотографиями передовиков производства.

Обычно доска почета представляла собой широкий щит, обтянутый красной материей, и располагалась у проходной или в холле принадлежащего организации здания. В первые годы советской власти называлась красной доской, при этом как противоположность ей существовала черная доска (доска позора), на которую заносились пьяницы, прогульщики и лодыри»⁹. В нашей стране доски почета, хотя и сохранились в последние десятилетия в некоторых коллективах, но как-то вышли из фокуса общественного внимания. Тем не менее сегодня в новых рыночных условиях Интернет пестрит объявлениями: «Изготовление досок почета по низкой цене, заказать уличную доску // Стенды “Доска почета” от производителя. Для интерьеров и улицы // Всегда в продаже стенды “доска почета” по выгодной цене».

Некоторые знаки и символы публичного поощрения



(<http://www.komus.ru/photo/>; <https://4.404content.com/resize/>)

Другие символы гордости – значки, плакаты



<https://pp.userapi.com/c624527/>

<http://rusprav.tv/wp-content/uploads/>

Как уже упоминалось, гордость может быть индивидуальной, групповой, общенациональной... Коллективная гордость или «общепринятая» в определенном сообществе, например – гордость страны, гордость народа обозначает, как замечают исследователи, не столько личное мнение человека, сколько необходимость соответствовать моральным установкам коллектива (класса, семьи, города, региона, страны, нации), к которому он принадлежит (Коврижных 2014). *Коллективная гордость* – это явление пока недостаточно изученное. Обычно люди гордятся чем-то ценным, необычным, оригинальным. В СМИ нередко звучит, что наша национальная гордость – это артисты, спортсмены, режиссеры... Но, несмотря на то, что это чувство разделяет определенная часть россиян, далеко не все жители страны действительно испытывают гордость, так как не согласны с этим утверждением, а порой и вовсе даже не понимают, о чем идет речь. Иногда такое чрезвычайное публичное нахваливание людей или явлений в информационном пространстве выглядит неискренним и

даже насмешкой. Наши современники хорошо знакомы с подобными восхвалениями и определениями, звучащими в медиапространстве: *примадонна, императрица сцены, поп-король, лучший, достойный всеобщего признания и восхищения, уважения и почитания....* У одних подобные утверждения могут вызывать восторг и поддержку, у других – вопрос и пренебрежение. Таким образом, понятие «общенациональная гордость» требует серьезного научного осмысления.

В постсоветской России уже почти ушли в прошлое случаи с трудовыми коллективами, получившими, например, в серьезной конкурентной борьбе хороший проект или грант, победившие на престижнейшем конкурсе и т.п. Участники коллектива испытывают общую гордость, объединяющую всех: *«Мы победили! Мы стали лучшими!»*. Но подобные чувства, радость и гордость россиян, вырвавшихся вперед в труднейшей конкурентной борьбе, как показывает наше ТВ, мы видим в основном только в спорте и то далеко не так часто, как хотелось бы. Однако все россияне, да и другие бывшие советские люди, до сих пор гордятся многими нашими общими в прошлом достижениями – совместной победой в Великой Отечественной войне, первым полетом нашего Гагарина в космос, нашими также общими в прошлом писателями и художниками, архитекторами и музыкантами, нашими фильмами и артистами, победами хоккеистов и гимнастов.

Таким образом, гордость – индивидуальное или коллективное чувство радости и удовлетворения, выражается в разных формах. Это может быть кратковременная радость человека или коллектива, разделенная с друзьями и единомышленниками. И люди, порадовавшись, продолжают дальше работать и творить, изредка вспоминая о своем триумфе. Однако существует и обратная сторона гордости – *гордыня*. Нередко у человека и даже группы чувство гордости не смолкает, а выливается в необузданное самодовольство, хвастовство, нескончаемую важность и заметное противопоставление себя другим. И порой, в условиях конкуренции, это поддерживается специально, в рекламных целях. В человеческой практике давно обратили внимание и на этот феномен – *гордыню*, тесно связанную с гордостью. Гордость, переходящая в зазнайство, бахвальство, заносчивость, чванство, кичливость, спесь, высокомерие, надменность, гонор. В народе это называют – *звездная болезнь, мания величия, медные трубы*.

В самом деле, народ издавна замечал, что очень трудно и не всегда можно достойно пройти все жизненные испытания, среди которых выделяются и так называемые «медные трубы» (иногда – фанфары). Выражение *«Пройти огонь, воду и медные трубы»* знакомо большинству людей, даже если им не довелось испытать эти «трубы» и «фанфары» самостоятельно. Авторство этого крылатого выражения исследователям установить не удается, так как оно известно еще со времен античности. По свидетельству авторов энциклопедического словаря, это выражение встречается в различных, но одинаковых по смыслу версиях у Аристофана, Плутарха, Вергилия, Горация и других (Энциклопедический словарь...). Под «медными трубами» подразумеваются нравственные (самые трудные) испытания «фанфарами», «медными трубами», то есть славой и популярностью. Но такое испытание выдерживают далеко не все.

Иногда человек хвастается, бахвалится, что ему выпала удача, что он выделился в чем-то среди себе подобных и ему хочется «погреться в лучах своей славы», а иногда – и чужой. В зависимости от этого и окружающие с юмором или с завистью смотрят на счастливчика, или громко осуждают его за несдержанность. Довольно интересной кажется мысль, неоднократно повторяемая христианскими проповедниками,

о том, что гордость – это начало многих ошибок и бед. «...Начало греха есть гордость. Гордость, как грех, никогда не бывает одна. Она порождает целую вереницу, с нею связанных других грехов. Гордый человек ищет похвалу, себя возвышает, других презирает, высшим не покоряется, совет не принимает, обижается, не может простить, помнит зло, не хочет уступить, не может признаться в ошибке, хочет быть лучше других, своевольничает и т. п. Таким образом, гордость есть не только грех, но и начало и источник всякого другого греха и зла»¹⁰. Принимая эту идею, и светские исследователи подчеркивают, что гордость – это «как бы тяжелый груз, который не каждому по плечу» (Зубец 2006).



Примеры иллюстрирования гордости на просторах Интернета

<http://demotes.ru/uploads/>

<https://ic.pics.livejournal.com/politrash/>

<http://b17.ru/foto/uploaded/>

Гордость и идентичность

Важно отметить, что гордость как общественное явление может иметь и немалое позитивное значение. Властные элиты уже давно взяли это обстоятельство на вооружение, поскольку гордость играет немалую роль в формировании массовых представлений людей о своей стране, ее истории, ее областях, «национальных» республиках, городах и деревнях. Общенациональные и локальные (этнорегиональные) идентичности, связанные с оценкой человеком своей собственной общности, в значительной степени опираются на массовые представления людей о коллективных ценностях, о прошлых и нынешних успехах своих сообществ. Позитивная оценка страны, республики, города, коллективная гордость общими достижениями и героями выполняет в обществе серьезную коммуникативную (объединяющую) роль, является одной из основ объединения этого сообщества и его устойчивости. Человек гордится тем, что принадлежит к успешной группе, к успешной стране, и ему в таком сообществе комфортно. Формирование позитивной общегражданской или этнической идентичности, а значит – и гордости от принадлежности к данному сообществу, отождествление себя с ним – важная цель для политиков и идеологов разных уровней, стремящихся укрепить это сообщество. Для этого у правящих элит находится немало идеологических инструментов, помогающих им создавать общественные представления и даже мифологию о «нашем счастливом настоящем и будущем».

Заметим, что в наше время еще больше, чем раньше, гордость связана с формированием образа, имиджа, репутации человека, коллектива, города, страны. Для формирования привлекательного образа любого явления важно выделить и подчеркнуть его позитивные стороны и характеристики, отличительные особенности, которыми можно гордиться и которые могут привлечь общественное внимание и запомниться. Привлечение внимания к успехам человека, города, региона и целой страны уже не

считается в наше время чем-то неудобным и неправильным. Наши СМИ наглядно демонстрируют нам многочисленные и далеко не всегда праведные способы привлечения внимания, популяризации человека или явления, особенно в сфере шоу-бизнеса. Определенным образом представленная гордость и ее интерпретация (бренды) могут привлечь внимание к субъекту, который чем-то гордится, к его оригинальности, к его реальным или мнимым преимуществам над конкурентами. В данном случае презентацию гордости можно сравнить с одним из проявлений пиара или рекламы, направленных на формирование общественного мнения о человеке или о его сообществе. Поэтому вполне понятно, что в такую деятельность в большой степени включены все современные средства массовой информации и пропаганды, которые дают немалый материал исследователям концепта «гордость».

Рассматривая разные формы (или уровни) феномена «гордость», обратимся к медийным источникам, формирующим у людей чувство коллективной гордости за свою страну, за свой край, за свою республику. Публичные материалы из медиапространства позволяют увидеть многие проявления индивидуальной и коллективной гордости. Изучать феномен гордости на их основе стало в наше время несколько легче, но и сложнее. Легче, поскольку с широким распространением прессы, радио, телевидения, а затем и Интернета, появилась возможность видеть не только отдельные случаи для коллективной гордости и самих «гордецов», но и публичные «экспертные» обобщения и мнения о них. Эти, условно говоря, «экспертные» мнения, как правило, представляются массовому сознанию «сверху» уже готовыми, их подают чаще всего с позиции коммуникаторов – правящих структур с целью усилить позитивные представления об их деятельности в своем крае, республике, стране. В некоторых случаях СМИ, наоборот, представляют явления с позиций оппонентов власти с целью выявить и показать недостатки современного управления. Медиаинформация позволяет видеть разные проявления индивидуальной и коллективной гордости, причем, даже без специальных массовых опросов, без нажима на информантов, которые не всегда охотно открываются интервьюеру во время разговора.

Общегосударственная или общегражданская гордость.

Чем мы сегодня гордимся?

Большинство граждан в любой стране испытывают известное чувство любви к своей родине, которое издавна называлось патриотизмом, гордятся ее успехами, ее знаменитостями, ее природой, историко-культурными и многими другими ценностями. В некоторых случаях гипертрофированное чувство национальной гордости и национально-культурной идентичности может привести к возникновению идей национализма и шовинизма. Один из таких примеров – бывшая нацистская Германия, официально воспевавшая на определенных исторических этапах свою нацию как одну из особенных и великих, формировавшая в массовом сознании культ германского «сверхчеловека», призывавшая к подрыву «жизненной силы неарийских народов»¹¹. В нынешних условиях, когда брендинг территорий, реклама и пиар стали почти необходимым условием успешного развития стран и регионов, грань между естественной и гипертрофированной гордостью сообществ стала очень зыбкой. Поэтому гордость реальными, а не выдуманными характеристиками субъектов стала практически единственным мерилom для формирования гражданской идентичности.

Как подчеркивает академик В.А. Тишков, «все крупные нации мира заботятся о формировании среди населения, особенно среди каждого нового поколения граждан, национальной идентичности на основе его прошлого с его драмами и достижениями, на основе общих ценностей, общеразделяемого образа Родины и чувстве сопричастности с ней» (Тишков 2018: 537). Соглашаясь с этим замечанием, посмотрим, чем по свидетельству нынешних идеологов могут гордиться россияне в настоящее время? Приведем данные, представленные одной из наиболее тиражных российских газет «Московский комсомолец». В течение февраля–марта 2019 г. это издание кратко информировало своих читателей о событиях и явлениях, которыми мы сегодня можем гордиться.

Таблица 1

Чем гордится страна в начале XXI века?
(только названия публикаций, версия «МК» – 2019)

<i>Россия на 95-м месте в списке здоровых стран</i>	26 февраля
<i>Сверхбогатых людей в России станет больше</i>	7 марта
<i>На Ямале самый доступный бензин в России</i>	12 февраля
<i>В России появилась вторая женщина-миллиардер</i>	22 февраля
<i>Русские идут! Наши вузы увеличили присутствие в рейтингах QS в 1, 5 раза</i>	4 марта
<i>Российские вузы улучшили позиции в рейтинге QS в 1,5 раза</i>	28 февраля
<i>Черчесов выиграл очередной приз и посвятил его сборной России</i>	1 марта
<i>Павел Кулижников в третий раз завоевал «золото» на чемпионате мира по спринтерскому многоборью</i>	26 февраля
<i>Никитина покоряет кубок мира</i>	25 февраля
<i>Мой район – это звучит гордо!</i>	18 марта
<i>Регион с высокой планкой (об Иркутской обл.)</i>	19 марта
<i>Названы города с самой дешевой шаурмой</i>	20 февраля
<i>Российская военная форма завоевывает мир</i>	18 февраля
<i>С нового года в России выросли пособия по беременности и родам и по уходу за детьми</i>	7 марта
<i>Россия – чемпион мира по санкциям</i>	20 февраля
<i>Россияне увидят самую большую луну</i>	19 февраля
<i>Российский рейтинг вытащили из мусора</i>	11 февраля
<i>Наготове наше чудо-оружие</i>	11 февраля
<i>За спиной огромный опыт, впереди новые победы (о стратегических целях развития страны)</i>	14 февраля
<i>В новом животноводческом комплексе будут ежегодно производить 12,5 тыс. тонн молока</i>	7 февраля

Из этой очень небольшой подборки материалов, выбранных в одной из самых популярных «народных» газет страны, можно видеть, что основные предметы гордости, которые назвали создатели этого издания в феврале–марте 2019 г., это: *здоровье, богатство, история, образование, спорт, армия, экономика, природа, будущее страны и «мы» в мировом пространстве*. Конечно, этим не ограничивается список поводов для формирования современной гордости россиян, и порядок их перечисления здесь случаен. Обратим внимание, что в этой маленькой медийной иллюстрации

отсутствует информация о населении, о его социальном благополучии, как и о его национальном разнообразии, а главное – не видно больших, ярких и консолидирующих национальных свершений, которыми действительно могли бы гордиться россияне.

Интересные данные о гордости можно увидеть и в другом медийном источнике – русскоязычном интернет-поисковике Яндекс, в который пользователи обращаются со своими запросами. Только в течение одного месяца (март 2019 г.) к нему из России со словом *гордость* обратились 83 936 раз. Заметим, что данные Яндекс-поисковика – главного российского интернет-портала на самом деле могут служить одним из показателей внимания населения (интернет-пользователей) к любому явлению, обозначенному определенным ключевым словом. При этом служба Яндекса (*wordstat*) дает возможность рассмотреть запросы пользователей не только из разных российских городов и республик, но также и из разных городов мира. Это показывает не только масштабы внимания русскоязычного мира к самому Яндексу, но одновременно и интерес людей к явлению «гордость». Сервис Яндекса *wordstat*, автоматически фиксирующий количество запросов из разных регионов страны и мира, показывает число обращений населения к информации о конкретном предмете или явлении. Это важно для бизнеса, мониторящего актуальную маркетинговую ситуацию по всему миру, в том числе и в российских регионах. По абсолютному числу запросов сравнивать неодинаковые российские регионы и города не совсем корректно, хотя эти данные в ресурсе также представлены. Однако, учитывая и их, мы все же опирались на рассчитанный и представленный Яндексом *индекс внимания* или *индекс интереса* (он рассчитывался автоматически с учетом численности населения в регионе и числа интернет-запросов на это явление). Мы уже пользовались этим инструментом в своих исследованиях. Как было отмечено выше, размер индекса 100% считается значимым. Если показатель ниже 100%, то общественное внимание к этому предмету в данном месте пониженное. Если показатель превышает 100%, то внимание к данному явлению повышенное.

Как показано в приведенной табл. 2, данные о запросах со словом *гордость* из разных городов России распределяются, конечно же, неравномерно, и их довольно трудно интерпретировать. И все же, рассматривая их, можно выделить три основные группы городов с запросами пользователей, которые по-разному проявляют внимание к интересующему нас феномену.

Таблица 2*

**Запросы интернет-пользователей из российских городов
в Яндекс-поисковик со словом *гордость*, и с выражениями:
*Я горжусь, Мы гордимся***

Запросы в Яндекс из городов России	Индекс интереса (в %)	Запросы в Яндекс из городов России	Индекс интереса (в %)
Москва	83	Чита	156
Петербург и область	80	Сургут	134
Екатеринбург	82	Курган	121
Ярославль	73	Якутск	131
Казань	114	Звенигород	555
Уфа	141	Зарайск	498
Смоленск	69	Грозный	161
Великий Новгород	83	Петрозаводск	121

Запросы в Яндекс из городов России	Индекс интереса (в %)	Запросы в Яндекс из городов России	Индекс интереса (в %)
Махачкала	206	Истра	118
Самара	100	Люберцы	69
Новосибирск	91	Мытищи	56
Оренбург	142	Одинцово	80
Рязань	136	Королев	56
Белгород	139	Кызыл	214
Владимир	84	Сергиев Посад	79
Улан-Удэ	141	Элиста	182
Вологда	147	Нефтекамск	159
Астрахань	129		

* Wordstat.yandex.ru / Индекс интереса в %.

(В таблице мы привели данные из городов не по алфавиту и не по величине индекса, а так, как они были представлены в Вордстат. – В.М.)

Первая группа городов с пониженным уровнем индекса интереса к феномену «гордость» (от 56 до 100%) включает: Москву, Санкт-Петербург, Екатеринбург, Ярославль, Смоленск, Великий Новгород, Новосибирск, Владимир, Люберцы, Мытищи, Одинцово, Королев, Сергиев Посад. Таким образом, большие и малые российские города **из Центрального региона** показали, что их интернет-пользователи проявляют очень невысокий интерес к этому феномену. Как это можно объяснить? – Одна из гипотез: жителям больших, густонаселенных и суетливых городов, довольно трудно без особого повода сосредоточиться на этом явлении. И это факт, даже несмотря на то, что в этих городах реально много интересных людей, событий и достопримечательностей, которыми можно гордиться. Но жизнь в большом городе мчится без остановки, событий и информации много, впечатления у людей меняются очень быстро, поэтому о гордости, связанной с другими людьми, довольно трудно задумываться надолго и обращаться по этому поводу в Интернет. Это частично можно подтвердить и тем, что и в западных странах, где ритм жизни в наши дни также достаточно высок, индекс интереса интернет-пользователей к феномену «гордость» также понижен. Например, по данным той же службы Яндекс, в Германии этот индекс интереса – 55%, в США – 64%. Но и здесь не все понятно: индекс интереса к концепту «гордость», например, в условно маленькой, тихой и спокойной Эстонии заметно повышен – 189%, а в Чехии он еще выше – 375%! Значит ли это, что величина населенного пункта и ускоренный ритм жизни не являются решающими факторами для культивирования гордости у ее жителей? Означает ли это, что размер населенного пункта – не основной фактор, влияющий на чувство сопричастности человека к достижениям своего сообщества (и соответственно – на местную идентичность)? Это еще раз подтверждается и поведением не только жителей крупных, но и сравнительно небольших городов Подмосковья, хотя и довольно известных (Королев, Одинцово и др.). Как показывают нечастые запросы интернет-пользователей, их, активно включенных в жизнь близкой столицы, тоже не особенно интересует это явление. Но, чтобы выяснить его причины, необходимы более глубокие исследования.

Вторая группа российских городов – со средними показателями (114–139%) – Казань, Самара, Белгород, Астрахань, Сургут, Курган, Якутск, Петрозаводск, Рязань,

Истра. В этой группе населенных пунктов, пользователи из которых проявили повышенный интерес к концепту «гордость», оказались российские города, хорошо известные своими традиционными брендами. Это обновленная и заметно похорошевшая в связи с универсиадой и чемпионатом мира по футболу (2018) Казань, это Астрахань, знаменитая рыбой и икрой, Сургут – один из крупнейших в Сибири и богатейших городов России, Курган – один из важнейших экономических, научных и культурных центров УрФО, а также столицы Якутии и Карелии... Интернет-пользователям этих городов хорошо знакомы слова, с которыми они обращаются в Интернет – «я горжусь», «мы гордимся». Нельзя не заметить, что все названные города находятся довольно далеко от столицы. Поэтому можно предположить, что интерес их жителей к явлению гордость (т.е. повышенное число интернет-запросов об этом явлении) коррелирует с удаленностью населенных пунктов от столицы страны. И это кажется вполне реальным, что люди, живущие вдали от центра, также имеют немало оснований любить свои города, гордиться их особенностями, историей и достопримечательностями. И в этом, как видно, им неплохо помогают местные краеведы и современные имиджмейкеры. Но к этой группе относятся еще и Рязань, не так далеко расположенная от Москвы, и небольшая подмосковная Истра, оба города с известным историко-художественным прошлым и настоящим. Поэтому в данном случае, пока неизвестна структура обращений в поисковую систему со словом *гордость*, мы не можем утверждать, что отмеченные нами явления, а именно – размер населенных пунктов или их удаленность от центра страны имеют решающее значение для формирования гордости. Возможно, эти факторы более значимы для формирования и поддержания региональной идентичности. И это косвенно подтверждается материалами исследования местных (региональных) СМИ, которые, по нашим данным, практически повсюду делают пропагандистский акцент на свои регионы, а не на всю страну в целом. При этом, как мы уже писали и раньше, именно местные идеологи присваивают своим городам и территориям такие легко усваиваемые в массовом сознании названия, как *особенный, необычный, уникальный, удачный, популярный, успешный, стабильный, недорогой, самый большой или маленький, самый известный, расположенный поблизости* и т.д. (Малькова, Тишков 2010: 16). Но фокус еще и в том, что пока нет оснований утверждать, что интерес интернет-пользователей к этому явлению относится именно к указанным городам.

Третья группа городов – с серьезно повышенным индексом внимания к этому феномену (от 141 до 555%). В нее вошли Махачкала, Уфа, Оренбург, Улан-Удэ, Вологда, Чита, Звенигород, Зарайск, Грозный, Кызыл, Элиста, Нефтекамск. Этот список, кроме прочих, включает шесть республиканских столиц. Можно предположить, что жители упомянутых республик, как и жители других городов, также гордятся своими столицами. Но и в других, также небольших, но известных своими историческими достопримечательностями городах Подмосковья, интернет-пользователи (резиденты!!!) показывают заметно повышенный интерес к феномену «гордость». Это Зарайск и Звенигород (соответственно – 498% и 555%). Здесь, в небольших, но всемирно известных исторических и религиозных центрах России феномен гордости актуализирован среди населения самим фактом истории (и религии?). Вместе с тем, можно ли утверждать однозначно, что «пропаганда» исторических и религиозных памятников – это особенно значимые факторы, подпитывающие и мобилизующие интерес и гордость населения? Может и здесь на повышенный интерес к формирова-

нию гордости оказывает влияние умело организованная работа туристического бизнеса и турфирм, профессионально выполняющих свою просветительскую и пропагандистскую работу? В любом случае, определенная связь историко-художественных достопримечательностей и несколько повышенного уровня общественной гордости здесь наблюдается.

Попытаемся выяснить – насколько действенным для формирования гордости жителей (интернет-пользователей) являются этнический и религиозный факторы. Определенные данные об этом можно получить в Яндекс-поисковике о запросах из российских республик, пользователи которых показали повышенный интерес к концепту «гордость». Представим некоторые результаты (табл. 3).

Таблица 3

**Запросы интернет-пользователей из российских республик
с выражениями: *Я горжусь, Мы гордимся* (Индекс интереса в %)**

Запросы из республик и их столиц	Индекс интереса (в %)
Республика Башкортостан	165
Республика Татарстан	125
Республика Крым	101
Республика Удмуртия	103
Республика Чувашия	102
Республика Коми	116
Республика Бурятия	135
Республика Карелия	118
Республика Кабардино-Балкария	179
Республика Мордовия	105
Республика Саха-Якутия	140
Чеченская Республика	170
Республика Марий-Эл	96
Республика Сев. Осетия-Алания	103
Республика Хакасия	91
Республика Тыва	226
Республика Ингушетия	242
Республика Калмыкия	167
Республика Карачаево-Черкесия	176
Республика Дагестан	?
Республика Адыгея	94
Республика Алтай	95

Согласно этим данным, республики можно разделить на три группы.

В первую группу, где интерес к явлению «гордость» у интернет-пользователей был заметно повышен (индекс интереса – от 165 до 226%), попали 9 республик: Башкортостан, Кабардино-Балкария, Чечня, Карачаево-Черкесия, Ингушетия (с большой долей мусульманского населения), Калмыкия, Тыва, Бурятия (республики с большой долей буддистского населения), а также Саха-Якутия. Этот список республик, в каждой из которых, несмотря на многие социально-культурные различия, живут люди с

повышенным вниманием к явлению «гордость», довольно сложно объяснить. Частично это может быть связано с особенностями традиционных культур титульных народов и религиозным фактором.

Во **вторую группу**, где индекс интереса интернет-пользователей также был несколько повышен (от 100 до 125%), вошли 8 республик – Татарстан, Крым, Удмуртия, Чувашия, Коми, Карелия, Мордовия, Северная Осетия. Если повышенный интерес интернет-пользователей к явлению «гордость» и в самом деле связан с религиозным фактором (в чем остаются сомнения), то увидим, что большинство республик из этого списка за небольшим исключением более христианизированы, чем в первой группе. А гордость в христианском обществе, как мы помним, считается одним из грехов, что за несколько веков могло укорениться в массовом сознании населения.

Небольшую **третью группу** составили республики Марий-Эл, Хакасия, Адыгея и Алтай, где проживают представители разных конфессий. Их жители в этот период не проявили особого энтузиазма и показали пониженный интерес к явлению «гордость». По мнению маркетологов, он оказался недостаточным (индекс от 91% до 96%), чтобы привлечь внимание других «потребителей» – инвесторов, туристов и прочих, интересующихся достоинствами республик.

Однако объяснить тот факт, что абсолютное большинство жителей российских республик (вернее, их интернет-пользователей) проявляют повышенный интерес к явлению «гордость» только величиной населенного пункта, его удаленностью от столицы или известностью местных красот и достопримечательностей, а также историко-религиозными взглядами – нельзя. Мы понимаем, что существует еще немало причин, не позволяющих абсолютизировать полученные данные. В ряду прочих здесь могут иметь значение даже технологические условия. Так, многие российские регионы до сих пор неравномерно оснащены специальной инфраструктурой для принятия интернет-трафика, что обусловлено как природными особенностями территорий, не всегда позволяющими предоставить пользователям необходимое качество интернет-услуг, так и неравнозначной доступностью их в разных уголках страны (например, стоимостью). Жители, несомненно, гордятся своими регионами, республиками, городами. И конечно – своей страной. Но подробно структура их гордости пока должным образом не изучена и поэтому пока не ясна.

Как показывают наши исследования, региональные медийные каналы, ежедневно рассказывающие в разных формах своему населению о местных событиях и явлениях, затрагивают и тему гордости. *«Мы дали миру великих художников, писателей, артистов!»*; *«Наши спортсмены – самые сильные и быстрые в мире»*; *«Мы – великая нация с самобытной историей и культурой»* ... Такие и подобные им идеи, возвеличивающие свой народ и его деяния, помогают спланировать людей, формировать и поддерживать у них их этническое и региональное самосознание, свою национальную (этническую) гордость, побуждают их дорожить своими этническими традициями и ценностями. Очевидно, что с помощью подобных идей, систематически и в разных контекстах повторяемых в информационном пространстве, можно формировать национальную гордость, национальное достоинство огромной массы реципиентов... Так и происходит в большинстве случаев во многих СМИ полиэтничных обществ. До недавнего времени это происходило и в СМИ наших российских республик, где людям внушались идеи об их «этнической особенности», об их отдельном историческом прошлом, поощрялись в массовом сознании и связывались именно с этничностью утверждения об их ценностях и достижениях. Однако далеко не всегда

настойчивая абсолютизация своей истории и культуры (гордость?), отделение их от общих достижений республики и страны может мобилизовать народ на позитивные коллективные действия. Поднятая или чрезвычайно мобилизованная политиками и журналистами этническая гордость действительно может сплотить представителей одного этноса, например, на основе защиты своих национальных ценностей: родной земли, родной страны, религии и других национальных святынь. Мобилизованная этническая гордость, также как и обида, на основе конкуренции с «другими», с «чужими», с теми, кто якобы пытается отнять «у нас» «наши» ценности, могут возбудить национальное самосознание и в условиях социальной напряженности стать основой для деструктивной этнонациональной идеологии. Такая коллективная гордость (гордыня?) и сопутствующие ей идеи этнической эксклюзивности могут увести народ от позитивных аспектов гордости и естественного стремления сохранять и развивать свое этнокультурное своеобразие – к сепарации, к замкнутости, отторжению «иных», «других», а порой – и к агрессивным действиям против них. Поэтому этнонациональная гордость, как двуликий Янус, может использоваться в разных целях – объединять людей и разъединять их.

Подводя некоторые итоги, можно подчеркнуть, что *гордость* – это неоднозначный и практически вечный социально-психологический феномен, широко распространенный, динамичный, но все еще не до конца изученный. Исследование этого сложного и многомерного образования, связанного с пониманием добра и зла, имеющего большое социально-политическое и культурное значение, в том числе и в сфере межэтнического общения, всегда остается актуальным. И эта актуальность особенно возрастает в условиях социально-политической нестабильности общества, которое уже не первый год переживает наша страна. Научное исследование этого феномена, его общественных форм и функций, как и многих других человеческих ценностей, важно для формирования представлений современников о своей стране, для сохранения коллективной памяти о ее трудной истории, о великих предках, их подвигах и заслугах. Оно важно и для дальнейшего культурного и духовного движения общества, для создания новых и для поддержания некоторых давних традиций, важно и для социально-экономического и политического развития страны, для выявления факторов и направлений развития ее территорий, ее городов и регионов, важно и необходимо и для формирования общенациональных и этнорегиональных идентичностей.

Гордость – явление общечеловеческое, характерное для разных времен, для всех народов и стран. Конечно, с первого взгляда гордость можно рассматривать только как эмоцию – проявление радости человека или сообщества, чувство коллективного (или индивидуального) торжества и удовлетворения достигнутыми успехами. Но у нее есть и другие общественные и даже политические функции, в частности, – это одна из ценностей, играющая определенную и немалую роль в коммуникативной практике человеческого общества. В одних случаях она объединяет людей, создает «консолидационные настроения» в обществе, но в других случаях она разделяет людей на конкурирующие и соперничающие группы. Кроме того, гордость увеличивает потребность людей в принадлежности к успешной общности, к позитивному образу «мы», к обладанию «нашими» общими ценностями, то есть способствует позитивной консолидации общества. И во всех случаях в самом явлении в той или иной форме

содержится противопоставление «нас» и «их»: «мы лучше, чем они»; «нам повезло, что мы такие»; «мы удачно отличаемся от них».

Содержание концепта гордость тесно связано с национально-культурным опытом гордящихся субъектов и во многом зависит от традиций, обычаев, нравов, особенностей быта, стереотипов мышления, моделей поведения, которые складывались в течение столетий у разных социальных и этнических групп и сообществ. Существует и обратная сторона гордости – *гордыня*, когда сама гипертрофированная гордость выливается в необузданное самодовольство, хвастовство, нескончаемую важность и чрезмерное противопоставление себя другим. В межэтнических отношениях это может привести к шовинизму, к этнократии, к стремлению обидеть, унижить и даже прогнать «иных», «других» как недостойных «нас».

Гордость как общественное явление имеет немалое позитивное значение. Она играет определенную роль в формировании массовых представлений людей о своей стране, о ее народе, об областях, «национальных» республиках, городах и деревнях, об их истории и культуре. Позитивная оценка самой страны, ее регионов и поселений, гордость коллективными достижениями не только повышает самооценку людей, как бы причастных к ним, их самосознание, но и объединяет население в социальную группу, в сообщество, связанное общими победами, ценностями и успехами. Поэтому для чувства коллективной гордости требуются постоянные усилия – формирование и поддержание позитивного образа, имиджа, репутации страны, города, коллектива или отдельного человека. И в такую деятельность по сохранению и поддержанию коллективной гордости и позитивного самосознания обычно активно включены все современные средства массовой информации и пропаганды, показывающие людям основные предметы гордости своего и изредка чужих сообществ.

Таким образом, нельзя не сожалеть, что такое мощное мобилизующее явление, как гордость за свою страну, за свое социально-политическое сообщество недостаточно включено в настоящее время в структуру общероссийской идентичности, недостаточно исследуется в этом аспекте в экспертном сообществе, а тем более редко задействуется как один из мощных механизмов мобилизации населения. Немного перефразируя слова социопсихолога С. Рыжовой, сказанного по другому поводу, отметим, что концепт гордость, содержащий мощный мотивационный потенциал солидарности и групповой мобилизации, его вдохновляющий импульс и эмоциональная вовлеченность должны быть задействованы в процессах созидания национально-гражданского единства и нациестроительства (Рыжова 2018: 123).

¹ Подробнее см.: Гумеров П. URL: http://pavel-gumerov.ru/book/asketika_dlya_miryan

² Цит. по: Из-за своей гордости, сатана был изгнан из рая с отсрочкой до судного дня / Харун Яхья. URL: <https://harunyahya.ru>

³ URL: http://vkontakte.ru/note1015557_10818970

⁴ URL: <https://pressa41.ru/our-pride/>

⁵ URL: <http://pitomez.ru/ru/club/show/4008>

⁶ URL: <http://drozdovland.ru/index.php?action=add&add&id=1794&rod=592>

⁷ URL: <http://yakutsk.bezformata.com/listnews/>

⁸ URL: <https://synonymonline.ru>

⁹ URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%>

¹⁰ Описание гордыни в христианстве. URL: <http://kartinamira.info/selfactualization/179-pity>

¹¹ URL: <http://mirznani.com/a/25006/ideologiya-tretego-reykha>

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Подводя итоги обширному исследовательскому материалу, представленному в монографии, суммируем некоторые наши выводы.

Название монографии «Этничность и медиа» – довольно условно. Тем не менее оно указывает на определенные рамки, которыми мы ограничивали наши исследования этнической деятельности медийных российских каналов. Если пока отставить в сторону (но не игнорировать) инфраструктурную часть медиаиндустрии, то «этническая» деятельность медиаканалов рассматривалась нами с двух основных ракурсов: во-первых, с точки зрения изучения содержания медийного контента как важного фиксатора («летописца») и комментатора общественных событий, т.е. как важного источника и интерпретатора общественной информации о событиях в нашей и других странах; и во-вторых, с точки зрения изучения способов, форм и целей распространения актуальной общественно-политической и социокультурной информации, помогающей властям регулировать общественный порядок и скреплять население страны в единое российское общественно-политическое согражданство.

Собранные в книге данные наглядно показали огромный фактологический, общественно-политический и информационно-пропагандистский материал отечественной медиапродукции, который, начиная с газетных листков Петра Первого и кончая (или не кончая) сегодняшними многообразными интернет-ресурсами, в разной степени был использован российскими элитами как один из гибких механизмов управления, как инструмент ориентации и мобилизации российского общественного сознания. В этом контексте в исследованиях был рассмотрен феномен *индоктринации* – один из способов манипуляции сознанием и поведением людей, способ неявного (а иногда и явного) внедрения в массовое сознание важных для властей идей, комментариев, взглядов на окружающие события. Одновременно была подчеркнута большая роль общества и государства в регулировании информационных потоков, в попытках упорядочить и стандартизировать основные принципы миролюбивого и толерантного информирования населения. В книге показано, как специально подготовленная и целенаправленно распространяемая массовая информация помогала российским властям регулировать общественные процессы в относительно спокойные времена и, особенно, в сложные периоды отечественной истории.

Анализ эмпирических материалов позволил еще раз увидеть, что СМИ, в том числе и традиционные, несмотря на их постоянную критику, выполняют множество важных общественных функций. Они способствуют фокусированию массового внимания на важных (и на неважных) общественных проблемах, на передаче через текущую информацию человеческого опыта по горизонтали и вертикали, выделяют героев и антигероев, распространяют в обществе определенные представления, стереотипы и идеи. Было показано, как групповые элиты (политико-административные, идеологические, военные, частично – художественные и др.) с помощью развитой системы пропаганды и других регулирующих механизмов целенаправленно создают и корректируют общественные представления о принадлежности людей к той или иной гражданской, политической, социальной или этнической общности, поддерживают или ограничивают массовые представления о стране, о важнейших групповых ценностях и символах, об интересах своего сообщества, о необходимой солидарности ее членов. Все это практически повсеместно регулируется не только реальным

общественным интересом, некоторыми нормативными документами, но и финансовыми, и политическими рычагами. Поэтому деятельность современных медиа и практически всю медийную информацию мы рассматриваем с конструктивистских позиций.

В фокус приведенных в книге исследований попали разнообразные сюжеты – от организационных вопросов, связанных с медийной инфраструктурой, – до содержания и направленности информации в разные периоды российской истории. Но особый исследовательский акцент в работе направлен на современность, на постсоветский период, когда после драматического распада Советского Союза в обновляющейся России появились зачатки демократических процессов, включая свободу слова, когда в результате роста этнического самосознания российских народов формировалось новое федеративное устройство страны, шла борьба за этнонациональный суверенитет отдельных регионов, когда беспрецедентно усилились процессы инокультурной миграции в Россию, значительно осложнившие межэтнические отношения в стране. Исследования деятельности СМИ показали, как на авансцене общественного внимания на рубеже двух веков оказалось неоднозначное освещение в СМИ жизни и деятельности разнообразных макро- и микро- сообществ (включая этнические и полиэтничные), их взаимодействие и взаимовлияние.

Научные исследования деятельности традиционных и новых СМИ помогли обществу увидеть тенденции и зигзаги его развития, так или иначе отражаемые в информационном пространстве, их многообразие, увидеть этнополитические, этносоциальные и этнокультурные интересы российских центральных и региональных элит, особенности развития и взаимодействия разных российских регионов, взаимоотношения властных структур и в целом – строительство обновляющейся России.

Научные рекомендации, подготовленные нами на основе мониторинга и анализа деятельности центральных и региональных СМИ, о которых в данной работе упоминалось лишь вскользь, помогли не только более четко наблюдать и фиксировать происходившие в обществе процессы, но и определенным образом смягчать межэтническую напряженность и конфликтность, предотвращать националистические и другие деструктивные явления в стране.

Однако даже в большом заключительном разделе у нас нет возможности остановиться на всех основных выводах данной работы. Напомним лишь некоторые из них.

- Анализ материалов отечественных СМИ наглядно показывает их идеологическое разнообразие, непостоянство, фактологическую избирательность и тенденциозность, их зигзагообразную и конъюнктурную деятельность, а в некоторых случаях – и намеренную «забывчивость» в процессах формирования коллективной общественной памяти, что, конечно же, свойственно не только российским СМИ. Подчеркнем, что процессы общественной амнезии, наглядно демонстрируемые в СМИ, связаны чаще всего с радикальными изменениями общественно-политических ситуаций или властных структур в стране.

- Наблюдения над процессами индоктринации и манипуляции общественным сознанием показали определенное, хотя и далеко не всегда заметное, навязывание населению специально подготовленной информации. Это «навязывание» (иначе – убеждение, разъяснение, комментарии, пропаганда) используется властями практически всегда, но в связи с распространением новых информационных технологий, в условиях заметного обострения межгосударственных отношений и повышения политической активности в обществе, его проявления в СМИ стали особенно яркими.

- Анализ медийной информации показывает своеобразное, иными словами – не всегда объективное (иногда совсем «кривое») отображение медийными каналами текущей действительности. Разновидностями этого явления в информационном пространстве не только в России, но практически во всех современных странах, являются, например, *слухи*, информационные *фальшивки*, *фальсификации*, *фейки*. В некоторых случаях – это и так называемые информационные «утки», «клюква», «лапша», которую вешают на уши обывателям, «пурга», которую несут «осведомленные источники», это намеренные вбросы сомнительной, недостоверной информации, фальшивых комментариев и т.п. Формы индоктринации, как и ее проявления, весьма обширны.

- Манипулятивные технические приемы и информационные технологии, которые были подробно рассмотрены в книге, используются отечественными коммуникаторами (как и зарубежными) в сообщениях о разных сферах жизни – о политике, экономике, культуре, о социальной сфере, даже – о спортивной информации.

- Представленные в монографии исследования посвящены довольно актуальной общественной тематике – отражению в российском информационном пространстве разных сторон жизни большой полиэтничной страны с ее разнообразными этнокультурными особенностями, с радостями и трудностями жизни и межкультурного общения. Исследования медийного контента, так или иначе связанного с полиэтничностью, позволяют сделать вывод о том, что этнокультурные особенности народов, о которых рассказывается в СМИ, в разные периоды истории страны замечаются обществом неодинаково, но в особых случаях они выделяются и заметно политизируются с помощью СМИ.

- Предмет нашего исследования – этнически окрашенная медийная информация, ее разнообразные формы, ее толерантный или конфликтный потенциал, способы и цели ее распространения. Все это рассматривалось на широком историческом фоне, так или иначе зафиксированном в отечественной прессе, позднее – в радио- и телематериалах, а теперь – и в интернет-публикациях. Именно этот исторический контекст, определяющий цели и стратегии национальных элит, в большой степени влияет на направленность медийной информации.

- В 70-х годах XX в. в наших исследованиях было впервые выделено и определено понятие «*этническая информация*» или «*этнически окрашенная информация*» в СМИ. Это довольно условное, сложное и многогранное понятие, тем не менее, прижилось и до сих пор успешно используется в исследовательской практике. В работе показано, как в процессе наших многочисленных исследований мы впервые выделили в прессе и описали основные *маркеры* этнической информации (упоминание этнонимов и прочее), ее многочисленные формы (этнически окрашенные идеи и мифы, позитивные и негативные этнические стереотипы, особые лексические формы и т.д.) и ее эмоциональные составляющие. На конкретном материале было показано, какой огромный потенциал толерантности или конфликтности может содержаться в информации, связанной с этнической сферой жизни народов, целенаправленно распространяемой коммуникаторами через СМИ.

- Сравнительный анализ материалов прессы позволил ответить на ряд важных вопросов, интересующих современных исследователей общественных процессов. Так, на конкретных примерах было показано – какая медийная информация о межкультурных или межконфессиональных отношениях может способствовать сплочению народов, а какая – разделять их и провоцировать конфликты; какая информация и

какие способы ее передачи могут более успешно воздействовать на формирование общегражданской, региональной и этнической идентичностей; как в разные периоды и в разных ситуациях создаются для масс представления о дружественных и «враждебных» странах, регионах, об отдельных национальностях и персонажах.

- В ходе анализа публикаций СМИ второй половины 80-х – начала 90-х годов XX в. были выявлены и рассмотрены некоторые сложности, обиды и счеты в отношениях республик и союзного центра. СМИ этих республик, активно озвучивавшие в тот период региональные и некоторые этнические обиды, будоража население, со своей стороны способствовали таким образом распаду огромной страны. Материалы СМИ свидетельствуют, и это показано в данной работе, что подобная картина чуть не повторилась уже и в самой Российской Федерации, где в процессе укрепления республиканских суверенитетов и определения границ между этнонациональными регионами в 90-х годах также озвучивались претензии к «Москве» и федеральному центру.

- Исследования медийных материалов раннего постсоветского периода показали идеологическую и организационную роль СМИ в целенаправленной мобилизации этнорелигиозного самосознания населения разных «этнонациональных» регионов, показали идеологическое регулирование волн напряженности между так называемым «титовым населением» и «русскоязычными» во всех бывших советских территориях, включая Российскую Федерацию. Пресса фиксировала, а порой и сама инициировала острые дискуссии, связанные с пересмотром приоритетов в языковой и этнокультурной сферах, в формировании новых систем власти как в суверенных республиках бывшего союза, так и в самой РФ, где отражалось противостояние республиканских элит с федеральным центром.

- Изучение факторов общественной напряженности, тревожности и конфликтности в межэтнических отношениях и трансляция всего этого в СМИ, ставшее в постсоветский период одним из важных направлений научных исследований в рамках нашей тематики, а также выводы и рекомендации, подготовленные и представленные нами для управляющих структур разных уровней, в немалой степени помогали управлять сложными ситуациями в стране.

- Особое исследовательское внимание было уделено нами не только фактологическому медийному материалу, но и рассмотрению особых информационных форм, способов и лексико-психологических феноменов, где этнический фактор порой выдвигается на передний план. Это такие явления, как *язык вражды*, *информационное противостояние*, *экстремизм*, образы «нашего врага» и другие. В книге показано, как были рассмотрены некоторые методические формы и способы выявления в прессе и в интернете *идей ксенофобии*, *шовинизма* и *национализма*, а также разнообразие позитивных или негативных этнических идей, стереотипов, мифов, лексем, встречающихся в медиаинформации.

- Отметим, что общественно-политические процессы, происходившие в стране в последние десятилетия, обусловили во многом сходные характеристики деятельности СМИ и журналистов в разных регионах страны. Однако, разнообразие российских регионов все же диктует и своеобразие подходов региональных властей и медийных коммуникаторов к их информационной деятельности. В процессе исследования разных каналов СМИ выявились не только многочисленные совпадения сюжетов, тематики и информационных стратегий в регионах, но и заметные, вполне естественные различия в содержании контента.

- Так, более заметными (по сравнению с советской практикой) стали различия между деятельностью региональных и центральных медиаканалов. Наши исследования зафиксировали довольно большое и устойчивое внимание постсоветских СМИ (и центральных, и республиканских) к этническим аспектам современной общественной жизни. Впервые было выявлено и определено «*этническое пространство*»

- или объем этнически окрашенной информации в российской федеральной и республиканской прессе.

- Исследования прессы разных регионов показали заметные различия в ориентации общественного внимания своего населения – на мирное взаимодействие народов или на поддержание напряженности и конфликтности в обществе. Заметная тенденция к распространению тревожно-конфликтной информации наблюдается в последние годы в центральной прессе, а в региональной – наоборот, акцент на конфликтность, в том числе и в межэтнических отношениях, заметно ослаб, хотя и не исчез совсем. Медийные откровения и журналистский задор 1990-х годов по многим причинам сменились в республиканских изданиях определенной журналистской «робостью».

- Заметное различие позиций авторов медийных публикаций в центральных СМИ (политиков, чиновников, экспертов, журналистов и других) наблюдается, в частности, при обсуждении в СМИ темы инокультурной миграции, где сталкиваются позиции сторонников и противников этих процессов. Но республиканскую общественность в большей степени волнуют не столько общие проблемы, сколько миграция населения из своей республики, что также неоднократно озвучивается в местных СМИ.

- Большая часть наших исследований была посвящена одному из важных направлений деятельности современных медийных каналов – формированию общероссийского самосознания или гражданской идентичности. Материалы анализа СМИ еще раз подтвердили положение о том, что «разные формы коллективной идентичности в большой степени строятся сверху». И СМИ помогают этому в самом прямом смысле. Помогают сохранять и как-то осмыслить накопленный общественный опыт, передать его дальше от поколения к поколению.

- Исследования показали, что, если общественно-политическая ситуация в стране этого требует, то для формирования коллективных идентичностей – гражданской, региональной, этнической с помощью СМИ в народном сознании специально реанимируются многие вехи истории, порой – на самом высоком уровне воскрешаются многие российские события и деятели, вспоминаются и популяризируются многие «забытые» национально-этнические ценности.

- Для организации и формирования единого гражданско-патриотического общероссийского сознания граждан, единого коллективного восприятия ими происходящих событий используются разные методы и способы передачи информации. Как показали наши исследования, пропагандистский акцент делается при этом не столько на рациональную информацию, сколько на эмоциональную.

- Исследования материалов СМИ также показали, что тема патриотизма и гражданственности, тема любви к Родине, которая в годы большой опасности для страны становится в государственной идеологии и пропаганде основной (кстати, как известно, у нас нет и идеологии, и пропаганды), в настоящее время приобрела в наших СМИ довольно странное и многозначное звучание. «Свободные» российские СМИ постепенно и почти незаметно для общества совмещают образ страны-России

с образом властей, с образом неумелого и коррумпированного чиновничества, при-
совокупили к ним и русское «авось», известные российские дороги и дураков. Об
этом также свидетельствуют исследования российских медийных материалов.

- Приходится сделать вывод и о том, что российская журналистика последних десятилетий не препятствует развитию «кризиса общегражданской идентичности». В СМИ он проявляется (как и во всем обществе), в частности, в заметном снижении позитивных характеристик россиян, в увеличении негативных представлений и насмешек, относящихся к «нам», в критике и переоценке нашей непоследовательной и непредсказуемой истории, в отвержении и анекдотичности некоторых наших исторических героев, в недоверии властям и их компетентности, их коррумпированности, закрытости, в явной рассогласованности компонентов коллективной памяти, в отсутствии значимых коллективных целей, понятных простому народу.

- Наши сравнительные исследования СМИ разных уровней выявили незаметные на первый взгляд, но очень значимые для людей различия в освещении ими этнополитической и этнокультурной жизни. Если в центральной прессе страны в последние годы такие сюжеты об этнокультурных особенностях и интересах россиян встречаются нечасто, то СМИ российских республик уделяют этому немалое внимание. При этом внимание журналистов в республиках, а за ними – и местных исследователей, сосредоточивается в основном на представителях титульных этносов, на сохранении и развитии их этнокультурных особенностей. Одновременно мы фиксируем тревожную для страны тенденцию – заметное ослабление внимания региональных СМИ к общероссийской тематике.

- Можно отметить, что и в процессах консолидации народов России, и в формировании общероссийского гражданского сознания республиканские СМИ проявляют заметную осторожность и пассивность, зависимость от позиции местных властей. В центральных СМИ, наоборот, ведутся оживленные дискуссии о судьбе страны, о направлениях ее развития, наблюдается разнообразие точек зрения на такие понятия, как «патриотизм», «любовь к родине», «защита ее интересов». Кроме того, в центральных СМИ ощущается заметное противостояние разных групп идеологов, распространяющих в общественном пространстве или пророссийские, или либерально-космополитические идеи и взгляды.

Таким образом, в монографии представлено немало выводов из нашего многолетнего изучения деятельности российских СМИ. Но в заключительном разделе мы представили лишь малую их часть. Автор надеется, что подобные нашим исследования медийного освещения этничности во всех ее проявлениях будут усовершенствованы и продолжены нашими последователями. И, поскольку общественно-политические условия в стране и в мире неизбежно будут развиваться, как и сами информационные технологии, то мы увидим еще много интересного, важного и полезного для организации российской общественной жизни и для получения новых научных знаний о разнообразном и прекрасном мире.

ЛИТЕРАТУРА

- Авраамов 1999 – *Авраамов Д.С.* Профессиональная этика журналиста. М.: МГУ, 1999.
- Азизова 2008 – *Азизова З.Т.* Влияние средств массовой информации на этнополитические процессы в Республике Казахстан. Автореф. дис. ... канд. полит. наук. Казахский национальный педагогический ун-т им. Абая. Алматы, 2008.
- Акимова 2013 – *Акимова З.И.* Мордва в поликультурном пространстве московского мегаполиса: историко-этнографическое исследование. Автореф. дис. ... д-ра ист. наук. Чебоксары, 2013. URL: <http://cheloveknauka.com/mordva-v-polikulturnom-prostranstve>
- Аклаев 2005 – *Аклаев А.Р.* Этнополитическая конфликтология. Анализ и менеджмент. Учеб. пособие. М.: Дело, 2005.
- Актуальные вопросы 2018 – Актуальные вопросы информационного обеспечения реализации государственной национальной политики Российской Федерации: Сб. материалов. М.: Совет Федерации РФ, 2018.
- Александрова-Зорина 2016 – *Александрова-Зорина Е.* Патриотизм – это русофобия: важнейшим из искусств для нас стала пропаганда // МК. 30.03.2016.
- Алишева 2012 – *Алишева Н.* Кыргызстан: освещение межэтнических конфликтов в СМИ (Правовая подсказка журналистам). URL: <https://medialaw.asia/posts/11-05-2012/61712.html>.
- Арутюнов 2000 – *Арутюнов С.А.* Диаспора – это процесс // Этнографическое обозрение. 2000. № 2.
- Асауленко 2019 – *Асауленко Е.А.* СМИ Боснии и Герцеговины как платформа межэтнических и межконфессиональных столкновений. URL: <https://age-info.com/2019/06/>.
- Базина 2015 – *Базина Е.С.* Тема миграции и мигрантов в российских СМИ: образ «чужого» и проблема информационной безопасности // Бизнес. Общество. Власть. 2015. № 23.
- Бакиева 2001 – *Бакиева Г.А.* Философский анализ феномена социальной памяти. Автореф. дис. ... д-ра филос. наук. СПб., 2001.
- Белинская 2011 – *Белинская Е.В.* Вина и стыд: социально-психологический подход / Психологический центр «Гелиос». Ростов н/Д, 2011. URL: <http://rasstanovki-gostov.ru/?p=1816>
- Бенедикт 2004 – *Бенедикт Р.* Хризантема и меч: Модели японской культуры / пер. с англ. М.: РОССПЭН, 2004.
- Борисов 2009 – *Борисов Д.Г.* Стыд и его проявления: [Обзор литературы] / пер. с англ. URL: <http://www.psychology-online.net/articles/doc-1443.html>
- Браун 1994 – *Браун Д.Р., Файерстоун Ч.М., Мицкевич Э.* Теле/радионовости и меньшинства. М.: Интерпракс, 1994.
- Бродель 1994 – *Бродель Ф.* Что такое Франция? Книга 1: Пространство и история. М., 1994.
- Бурматова 2001 – *Бурматова О.П.* Территориальная организация населения. Учебно-методический комплекс. РАГС при Президенте РФ. Новосибирск, 2001.
- Валебный, Красовская 1998 – *Валебный В.В., Красовская Т.М.* (ред.) Культурный ландшафт: вопросы теории и методологии исследования. Смоленск: СГУ, 1998.

- Валуев – *Валуев В.* Ресурс этничности в позиционировании региона в мире: Республика Татарстан. URL: <http://www.kazanfed.ru/papers/1/>
- Вартанова 2014 – *Вартанова Е.Л.* Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики. М.: Медиа-Мир, 2014.
- Вартанова 2015 – *Вартанова Е.Л.* Современные российские исследования СМИ: обновление теоретических подходов // Вестник МГУ. Сер. 10. Журналистика. 2015. № 6.
- Вартанова 2016 – *Вартанова Е.Л.* Антропология медиа: индустриальный и философский поворот к человеку // Антропология медиа: Теория и практика / под ред. В.К. Мальковой, В.А. Тишкова. М.: ИЭА РАН, 2016.
- Вартанова 2017 – *Вартанова Е.Л.* Интервью декана факультета журналистики МГУ Елены Вартановой о фейковых новостях, соцсетях и смерти СМИ. 26.06.2017 // Новости Москвы. URL: <https://t.me/m24ru>.
- Вдовиченко 2018 – *Вдовиченко Л.Н.* Переформатирование Европы: социологический ракурс. URL: http://socis.isras.ru/files/File/2018/2018_2/Vdovichenko.pdf.
- Веллер 2018 – *Веллер М.* Страх правды // МК. 13.02.2018.
- Вишневский 2000 – *Вишневский А.Г.* Распад СССР, этнические миграции и проблема диаспор. URL: <http://ons.gfns.net/2000/3/10.htm>
- Володин 1998 – *Володин А.Г.* Гражданское общество и политика в России: смена парадигмы // Политические исследования. 1998. № 3–4.
- Ганцева 2005 – *Ганцева Д.* Этническая пресса в «простреливаемом» пространстве // Менора. Екатеринбург, 2005. Цит. по URL: <http://www.tolerance.ru/RP-etn-pressa.php?PrPage=МКО>
- Гергилов 2016 – *Гергилов Р.Е.* Бесстыдство. Ретроспективный анализ // Человек. 2016. № 4. С. 146–154.
- Гладкова 2016 – *Гладкова А.А.* Тема миграции в нидерландской прессе (на примере публикаций газеты De Telegraaf за 2014–2015 гг.) Вестник МГУ. Сер. 10. Журналистика. 2016. № 4.
- Гонцовский 2014 – *Гонцовский В.К.* Этническая ксенофобия в среде молодежи Южного федерального округа (на примере Ростовской области). Автореф. дис. ... канд. социол. наук. Ростов-н/Д.: ФГАОУ ВПО Южный федеральный ун-т, 2014.
- Грачев, Мельник 2002 – *Грачев Г., Мельник И.* Манипулирование личностью. Организация, способы и технологии информационно-психологического воздействия. М., 2002.
- Гринберг 2008 – *Гринберг Т.Э.* Образ страны или имидж государства: поиск конструктивной модели // Электронный научный журнал «Медиаскоп». 2008. Вып. 2. URL: <http://www.mediascope.ru/>
- Громов 2013 – *Громов Д.В.* Украинский кризис и бои в Интернете // Антропология медиа: Теория и практика / под ред. В.К. Мальковой и В.А. Тишкова. М.: ИЭА РАН, 2016. *Тишков В.А.* Российская полиэтничность в мировом контексте // Вестник российской нации. 2013. № 5. С. 15.
- Губогло 2003 – *Губогло М.Н.* Русский язык и толерантность. М., 2003.
- Губогло 2014 – *Губогло М.Н.* Энергия доверия. Опыт этносоциологического исследования референдума в Крыму. Кишинев, 2014.

- Губогло 2016 – *Губогло М.Н.* Бинарные оппозиции в народной культуре. Взгляд этносоциолога // *Этносоциология вчера и сегодня* / отв. ред. Л.В. Остапенко, И.А. Субботина. М.: ИЭА РАН, 2016. С. 387–401.
- Гурина 2012 – *Гурина О.Д.* Современные направления исследования ксенофобии среди подростков // *Современная зарубежная психология*. 2012. Т. 1. № 3. URL: <http://psyjournals.ru/>.
- Гусев 2017 – *Гусев П.* Выступление на передаче «Фейк и политика» телеканала ТВЦ. 03.03.2017.
- Дзялошинский 1999 – *Дзялошинский И.М.* Нужен ли россиянам прямой доступ к информации? // Бюллетень «Право знать». 1999. № 11.
- Дзялошинский 2007 – *Дзялошинский И.М.* Образы вражды в российских СМИ: социальные, культурные, профессиональные факторы // *Дзялошинский И.М., Дзялошинская М.И.* Российские СМИ: Как создается образ врага. Статьи разных лет. М.: МБПЧ; Academia, 2007.
- Диагностика толерантности 2002 – *Диагностика толерантности в средствах массовой информации* / под ред. В.К. Мальковой. М.: ИЭА РАН, 2002.
- Дроздова 2017 – *Дроздова Ю.А.* Социальный ресурс национальных диаспор в адаптации и интеграции мигрантов в полиэтничном регионе // *Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены*. 2017. № 6. С. 82–96.
- Дунас 2015 – *Дунас Д.В.* Антропологический поворот в зарубежных исследованиях СМИ: от концепции о человеке и культуре к новой дисциплине // *Этнографическое обозрение*. 2015, № 4.
- Дуса 2004 – *Дуса А.* Создание информационных служб в новых демократических государствах. Из опыта социологических исследований и опыта ближайших соседей // *Международный журнал социальных наук*. 2004. № 47. С. 47–51.
- Дубицкая 1998 – *Дубицкая В.П.* Телевидение. Мифотехнологии в средствах массовой информации. М., 1998.
- Замятин 1996 – *Замятин Д.Н.* Политико-географические образы. Представление географических знаний в моделях политического мышления // *Человек в зеркале географии*. Смоленск, 1996.
- Замятин 2002а – *Замятин Д.Н.* Стратегии интерпретации историко-географических образов России // *Отечественные записки*. 2002. № 6.
- Замятин 2002б – *Замятин Д.Н.* Феноменология географических образов // *Отечественные записки*. 2002. № 6.
- Замятин 2006 – *Замятин Д.Н.* Культура и пространство. Моделирование географических образов. М.: Знак, 2006.
- Замятина 2002 – *Замятина Н.* Новые образы пространства России // *Отечественные записки*. 2002. № 6.
- Захаров 2008 – *Захаров А.* Унитарная федерация. Пять этюдов о российском федерализме. М.: Московская школа полит. исслед. 2008.
- Зорин 2013 – *Зорин В.Ю.* Заметки политолога. Н. Новгород, 2013.
- Зорькин 2011 – *Зорькин В.Д.* Современное государство в эпоху этносоциального многообразия. Выступление на Международном политическом форуме в Ярославле 7 сентября 2011 г. Цит. по: URL: <https://rg.ru/2011/09/07/zorkin-site.html>

- Зоткин 2002 – Зоткин А.Ю. Создание рекламных концепций и образов как часть стратегического управления маркетингом предприятия. 2002. URL: <http://www.aup.ru/books>
- Зубец 2006 – Зубец О.П. О гордости // Электронная библиотека ИФ РАН. 2006. URL: <https://et.iph.ras.ru/article/view/2542>
- Иванов 2008 – Иванов В. Путинский федерализм (централизаторские реформы в России в 2000–2008 гг.). М., 2008.
- Итоги-2016 – Итоги-2016: Фейковые новости года. URL: <https://tjournal.ru/39006-itogi-2016>
- Ишмухамедов – Ишмухамедов Ш.А. Этнические аспекты на выборах в Мажилис Республики Казахстан. URL: <http://www.kisi.kz/> (дата обращения: 11.11.2020).
- Каганский 1997 – Каганский В.Л. Ландшафт и культура // Общественные науки и современность. 1997, №1–2.
- Казаков 2002 – Казаков Ю.В. (сост.) Профессиональная этика журналиста: Документы и справочные материалы. М.: Галерея, 2002.
- Кара-Мурза 2001 – Кара-Мурза С. Манипуляция сознанием. М., 2001.
- Каримов 2012 – Каримов Р.Р. Общациональная идентичность в постсоветской России: от «советского человека» к «россиянину» // Евразийский юридический журнал. 2012. № 11 (54).
- Квилинкова 2016 – Квилинкова Е.Н. Доверие к народным способам выявления и наказания виновного как гарант бесконфликтного разрешения вопросов // Этносоциология вчера и сегодня / отв. ред. Л.В. Остапенко, И.А. Субботина. М.: ИЭА РАН, 2016. С. 442–449.
- Кенжалин 2015 – Кенжалин Ж. Роль этнических СМИ в Казахстане // Мысль: Республиканский общественно-политический журнал. Алматы, 2015. Дек.: [№ 12].
- Ким 2009 – Ким А.С. Этнополитическое исследование современных диаспор (конфликтологический аспект). Автореф. дис. ... д-ра полит. наук. Хабаровск, 2009.
- Киричек, Федотова 2004 – Киричек П.Н., Федотова О.В. Этика журналиста: Учебник. Саранск: Изд-во Мордов. ун-та, 2004.
- Клупт 2018 – Клупт М.А. Социальные различия в отношении к иммиграции в России и странах Запада // Социологические исследования. 2018. № 1. С. 112–120.
- Коврижных 2014 – Коврижных А.Ю. Концепт «гордость» в современной российской публицистике (на материале национального корпуса русского языка) // Электронный журнал «Язык. Культура. Коммуникации». Челябинск: ЮУрГУ, 2014. №1. URL: <https://journals.susu.ru/lcc/article/view/90/35>
- Кожевникова 2004 – Кожевникова Г. Язык вражды в предвыборной агитации и вне ее. М.: Центр СОВА, 2004.
- Козаренко 2004 – Козаренко В. Формирование систем опорных образов. 2004. URL: [http://www.mnemotexnika.narod.ru/?/](http://www.mnemotexnika.narod.ru?/)
- Коливер – Коливер С. Законы о Языке Вражды. URL: <http://www.memo.ru/hr/referats/hatesspch>.
- Комарова 2016 – Комарова Г.А. Роль эмпатии в коммуникативном поведении русскоязычных мигрантов // Этносоциология вчера и сегодня / отв. ред. Л.В. Остапенко, И.А. Субботина. М.: ИЭА РАН, 2016. С. 402–411.
- Кондакова 2000 – Кондакова Н. Разноязычная пресса России // Пресса и этническая толерантность: Пособие для журналистов. М., 2000.

- Кондратьева 2010 – *Кондратьева Т.С.* Диаспоры в современном мире: эволюция явления и понятия. 27.02.2010. URL: http://www.perspektivy.info/srez/etnos/di-asporu_v_sovremenном_mire_evolyucija_javlenija_i_ponatija_2010-02-27.htm.
- Корконосенко 2001 – *Корконосенко С.Г.* Основы журналистики: Учебник для вузов. М.: Аспект Пресс, 2001.
- КПСС о средствах... 1979 – КПСС о средствах массовой информации и пропаганды. М.: Политиздат. 1979. С 3.
- Кравченко – *Кравченко Л.И.* Российская пропаганда на примере Трампофилии. URL: <http://rusrand.ru/analytics/>
- Кряжков 2014 – *Кряжков В.А.* Крымский прецедент: конституционно-правовое осмысление // Сравнительное конституционное обозрение. М.: Ин-т права и публичной политики, 2014. № 5.
- Кулешова 2002 – *Кулешова М.Е.* Управление культурными ландшафтами и иными объектами историко-культурного наследия в национальных парках. М.: Изд-во Центра охраны дикой природы, 2002.
- Кумыков – *Кумыков А.М.* Проблема социальной амнезии в предметном пространстве социально-философской рефлексии. URL: <http://psibook.com/philosophy/>.
- Кутафин 2008 – *Кутафин О.Е.* Российская автономия. М., 2008.
- Кутюгин 2009 – *Кутюгин Д.И.* Интернет как коммуникативное пространство информационного общества. Автореф. дис. ... канд. социол. наук. М., 2009. URL: <http://www.dislib.ru /sotsiologiya>.
- Лазутина 2000 – *Лазутина Г.В.* Профессиональная этика журналиста: Учебное пособие. М.: Аспект Пресс, 2000.
- Ламажаа – *Ламажаа Ч.К.* Диаспора тувинцев в мегаполисе. URL: http://national-mentalities.ru/diversity/nacionalnopsihologicheskie_osobennosti_etnosov_rossii/central_naya_aziya/lamazhaa_ch_k_diaspora_tuvincev_v_megapolise/
- Ленин ПСС – *Ленин В.И.* Партийная организация и партийная литература // ПСС. 5-е изд. Т. 12.
- Леонтьев 2006 – *Леонтьев Д.* От образа – к имиджу: психосемантический брэнддинг. Маркетинговые исследования и аналитические материалы. 2006. URL: <http://www.russianmarket.ru/>
- Лепилкина 2008 – *Лепилкина О.И.* Информационная политика местной прессы в полиэтничном регионе // Информационное поле современной России: практики и эффекты. Материалы 5-й международной конф. (окт. 2008) / под ред. Гарифуллина В.З. Казань, 2008.
- Лепилкина 2017 – *Лепилкина О.И.* К вопросу о роли информационного фактора в распространении идей терроризма и экстремизма // Медиа чтения СКФУ: Сб. статей по итогам Междунар. науч.-практ. конф., Ставрополь, 27 октября 2017 г. Ставрополь: Изд-во Сервисшколы, 2017.
- Лойко 2002 – *Лойко П.Ф.* К проблеме оценки природных ресурсов и земли как составляющих национального богатства страны // Недвижимость и инвестиции. Правовое регулирование. 2002. № 2–3.
- Лукина 2004 – *Лукина А.В.* Социокультурные технологии формирования национальной идентичности (историко-методологический аспект). Дис. ... канд. культурологии. Екатеринбург: Уральский гос. ун-т, 2004.

- Лыкова 2011 – *Лыкова В.В.* Трансформация социальной памяти в модернизационных процессах современной России // Ученые записки. Электронный науч. журн. Курского гос. ун-та. 2011. № 1.
- Макаркин 2018 – *Макаркин А.* Поддельная политика: фальшивые новости захватывают мир // МК. 27.02.2018.
- Макеева 2002 – *Макеева Л.* Правовой анализ нормативной базы по разжиганию национальной, социальной, религиозной нетерпимости или розни // Российская пресса в поликультурном обществе: толерантность и мультикультурализм как ориентиры профессионального поведения: Сб. статей. М., 2002.
- Маковейчук 1974 – *Маковейчук И.М.* Летопись дружбы и единения. Из опыта работы прессы УССР по пропаганде идей дружбы народов и социалистического интернационализма. Киев: Политиздат Украины, 1974.
- Малахова – *Малахова С.А.* Семантическая структура концепта «гордость» в русской и английской паремиологии. URL: <http://конференция.com.ua/pages/view/369>.
- Малахова 2009 – *Малахова С.А.* Личностно-эмоциональные концепты «гордость» и «стыд» в русской и английской лингвокультурах. Автореф. дис. ... канд. филолог. наук. Армавир, 2009.
- Маликова 1997 – *Маликова Н.Р.* Этнические стереотипы в контексте политизированной этничности // Этническая психология и общество / отв. ред. Н.М. Лебедева. М., 1997. С. 56.
- Малькова 1970 – *Малькова В.К.* Письма-заявки радиослушателей как источник для изучения музыкальных вкусов населения // Вопросы методики этнографических и этносоциологических исследований. Доклады на конференции молодых научных сотрудников и аспирантов / ред. С.Б. Рождественская. М.: ИЭ АН СССР, 1970.
- Малькова 1985 – *Малькова В.К.* Применение контент-анализа для изучения интернационального и национального в республиканской прессе // Статистика в этнографии. М., 1985.
- Малькова 1991 – *Малькова В.К.* Образы этносов в республиканских газетах. Опыт этносоциологического изучения. М.: ИЭА РАН, 1991.
- Малькова 1993а – *Малькова В.К.* Пресса о современной этнической ситуации в Татарстане // Исследования по прикладной и неотложной этнологии. № 41. М.: ИЭА РАН, 1993.
- Малькова 1993б – *Малькова В.К.* Проблемы русской диаспоры в ближнем российском зарубежье (по материалам прессы) // Исследования по прикладной и неотложной этнологии. № 36. М.: ИЭА РАН, 1993.
- Малькова 1994 – *Малькова В.К.* Пресса как фактор формирования этнической идентичности (по материалам газет Башкортостана) // Конфликтная этничность и этнические конфликты / под ред. Л.М. Дробижевой и др. М.: ИЭА РАН, 1994.
- Малькова 1995 – *Малькова В.К.* Республиканская пресса и межнациональные отношения // Информационный бюллетень. М.: ИЭА РАН, 1995. Вып. 5.
- Малькова 1996 – *Малькова В.К.* Русское население в российских республиках. По материалам прессы 1994–1995 гг. // Исследования по прикладной и неотложной этнологии. № 95. М.: ИЭА РАН, 1996.

- Малькова 1997 – *Малькова В.К.* Республиканская пресса России – новая этнонациональная идеология // Исследования по прикладной и неотложной этнологии. М.: ИЭА РАН, 1997. № 103.
- Малькова 2000 – *Малькова В.К.* (автор-сост.) Пресса и этническая толерантность. Пособие для журналистов. М.: НИП, 2000.
- Малькова 2001 – *Малькова В.К.* Москва многонациональная: конфликт и согласие. К вопросу о национально-культурных объединениях // Конфликт – Диалог – Сотрудничество: Бюллетень Центра стратегических и политических исследований. М., 2001. № 6.
- Малькова 2002а – *Малькова В.К.* Неужели мы такие? Стереотипы русских, россиян и России в современной российской прессе // Малькова В.К., Тишков В.А. Этничность и толерантность в средствах массовой информации. М.: ИЭА РАН, 2002.
- Малькова 2002б – *Малькова В.К.* Остановитесь! Оглянитесь! К вопросу об этнической толерантности и конфликтности в российской прессе. М.: ИЭА РАН, 2002.
- Малькова 2002в – *Малькова В.К.* «Сказанное слово не бывает не услышанным». О языке толерантности и конфликтности в современных СМИ // Мир русского слова. 2002, № 5 (13).
- Малькова 2004а – *Малькова В.К.* Исследование этнической проблематики в СМИ (Предметообразующие контуры этнополитической журналистики) // Междисциплинарные исследования в контексте социально-культурной антропологии. М.: Наука, 2004.
- Малькова 2004б – *Малькова В.К.* Москва – многокультурный мегаполис / ИЭА РАН; Программа сотрудничества ЕС и России. М.: Оргсервис-2000, 2004.
- Малькова 2004в – *Малькова В.К.* Этнические аспекты журналистики. Из опыта анализа российской прессы. М.: Информполиграф, 2004.
- Малькова 2006 – *Малькова В.К.* Этничность, толерантность и СМИ: прикладные аспекты проблемы // Этнология общества. Прикладные исследования в этнологии. М., 2006.
- Малькова 2007а – *Малькова В.К.* «Не допускается разжигание межнациональной розни...». Книга об этнической журналистике (из опыта анализа российской прессы). 2-е изд., испр. и доп. М.: МБПЧ; ИЭА РАН, 2007.
- Малькова 2007б – *Малькова В.К.* Полиэтничная Москва в начале второго тысячелетия. Как видит и показывает ее столичная пресса. М.: ИЭА РАН, 2007.
- Малькова 2011 – *Малькова В.К.* Мобилизация этнических сообществ в современной России. По материалам этнических СМИ. М.: ИЭА РАН, 2011.
- Малькова 2012 – *Малькова В.К.* Полиэтничная Москва 2011–2012. Тревожные звонки в информационном пространстве // Исследования по прикладной и неотложной этнологии / ИЭА РАН. 2012. № 233.
- Малькова 2014 – *Малькова В.К.* Новое этнопространство современной Москвы // Исследования по прикладной и неотложной этнологии / ИЭА РАН. М., 2014. № 238.
- Малькова 2015 – *Малькова В.К.* «Крым наш!» в российском информационном пространстве // Исследования по прикладной и неотложной этнологии / ИЭА РАН. М., 2015. № 243.
- Малькова 2016а – *Малькова В.К.* Есть русская правда в крымской истории // Вестник российской нации. 2016. № 1.

- Малькова 2016б – Малькова В.К. Самочувствие российских республик во время кризиса: мнения республиканского руководства // Теоретические проблемы этнической и кросс-культурной психологии. Материалы V Междунар. науч. конф. /отв. ред. В.В. Гриценко. Смоленск, 2016. Т. 1. С. 104–111.
- Малькова 2017а – *Малькова В.К.* «Крым» в российских СМИ три года спустя: эмоцио и рацио // Вестник российской нации. 2017. № 4.
- Малькова 2017б – *Малькова В.К.* Трехлетняя годовщина присоединения Крыма и ее медийная актуализация в России: за и против // Исследования по прикладной и неотложной этнологии / ИЭА РАН. М., 2017. № 255.
- Малькова 2017в – *Малькова В.К.* Этика и СМИ // Вестник антропологии. 2017. № 3.
- Малькова 2017г – *Малькова В.К.* Этническая повестка дня в современной российской прессе // Медиачтения СКФУ: Сб. статей по итогам Междунар. науч.-практ. конф., Ставрополь, 27 октября 2017 г. Ставрополь: Изд-во Сервисшкола, 2017.
- Малькова 2018а – *Малькова В.К.* «Горячие события» в центральных российских медиа и интерес к ним в регионах России // Исследования по прикладной и неотложной этнологии / ИЭА РАН. М., 2018. № 264.
- Малькова 2018б – *Малькова В.К.* Индоктринация и некоторые ее проблемы // Медийная индоктринация: антропологические исследования / отв. ред., сост. В.К. Малькова, В.А. Тишков. М.: ИЭА РАН, 2018.
- Малькова 2019 – *Малькова В.К.* Мигранты, диаспоры и Интернет // Исследования по прикладной и неотложной этнологии / ИЭА РАН. М., 2019. № 268.
- Малькова, Тишков 2002 – *Малькова В.К., Тишков В.А.* Этничность и толерантность в средствах массовой информации. М.: ИЭА РАН, 2002.
- Малькова, Тишков 2009а – *Малькова В.К., Тишков В.А.* Культура и пространство. Книга первая: Образы российских республик в Интернете. М.: ИЭА РАН, 2009.
- Малькова, Тишков 2009б – *Малькова В.К., Тишков В.А.* Образы российских республик в Интернете. М.: ИЭА РАН, 2009.
- Малькова, Тишков 2010 – *Малькова В.К., Тишков В.А.* Антропология историко-культурных брендов территорий, регионов и мест // Культура и пространство. Кн. 2: Историко-культурные бренды территорий, регионов и мест. М.: ИЭА РАН, 2010.
- Мартынова 2017 – *Мартынова М.Ю.* Путешествуем по этикету. Занимательная этнография. М.: Наука, 2017.
- Мельман 2018 – *Мельман А.* Россия под гипнозом // МК. 09.02.2018.
- Мельникова 1998 – *Мельникова Е.А.* Образ мира. Географические представления в Западной и Северной Европе V–XIV вв. М., 1998.
- Методологические 1973 – Методологические и методические проблемы контент-анализа. Тезисы докладов рабочего совещания социологов / отв. ред. А.Г. Здравомыслов. М.-Л.: ИСИ АН СССР, 1973.
- Миронюк 2008 – *Миронюк М.Г.* Современный федерализм: сравнительный анализ. М.: МГИМО, 2008.
- Молодые москвичи 2008 – Молодые москвичи. Кросс-культурное исследование // под ред. М.Ю. Мартыновой и Н.М. Лебедевой. М., 2008.
- Мрачные перспективы 2016 – Мрачные перспективы. Этнические СМИ и господдержка // Национальный акцент. 01.03.2016. URL: <http://nazaccent.ru/content/19654-mrachnye-perspektivy.html>

- Назаров 2014 – *Назаров М.М.* Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования. М.: Либроком, 2014.
- Национальные отношения 1998 – Национальные отношения. Отечественные и международные правовые документы. М., 1998.
- Национальный акцент 2016 – Национальный акцент / Гильдия этнической журналистики. 01.07.2016. URL: <http://nazaccent.ru/content/>
- Новиков 1993 – *Новиков А.В.* Культурная география как интерпретация территории // Вопросы экономической и политической географии зарубежных стран. Вып.13: Проблемы общественной географии. М., 1993.
- Овсеян 1999 – *Овсеян Р.П.* История новейшей отечественной журналистики: учеб. пособие / под ред. Я.Н. Засурского. М.: Изд-во МГУ, 1999.
- Орлов 2005 – *Орлов Ю.М.* Стыд. Зависть. М.: Слайдинг, 2005. (Сер.: Исцеление размышлением).
- Остапенко, Субботина 2007 – *Остапенко Л.В., Субботина И.А.* Москва многонациональная. Старожилы и мигранты. Вместе или рядом? М., 2007.
- Пашков 2008 – *Пашков С.* Социальная память: становление и анализ понятия. Екатеринбург: Уральский гос. ун-т, 2008.
- Пашута 2017 – *Пашута О.* Стыд – это что такое? Значение слова 06.03.2017. URL: <https://www.syl.ru/article/299009/>
- Подберезкин – *Подберезкин А.* Международный опыт и особенности российского федерализма. URL: <http://www.nasled.ru/struktura/index.htm>
- Подорога 1994 – *Подорога В.* Простирание или География «русской души» // Хрестоматия по географии России. Образ страны: Пространства России / сост. Д.Н. Замятин. М., 1994.
- Пономарев 2016 – *Пономарев Л.* Через интернет – на нары. Фактически свобод, гарантированных Конституцией, уже нет // МК. 05.08.2016.
- Почепцов 2001 – *Почепцов Г.* Информация и дезинформация. Киев, 2001.
- Прокофьев 2016 – *Прокофьев А.В.* Моральная ответственность, вина и стыд в контексте коллективной деятельности // Гуманитарные ведомости ТГПУ им. Л.Н. Толстого. 2016. № 35. Октябрь.
- Прохоров 2011 – *Прохоров Е.П.* Введение в теорию журналистики. М.: Аспект-Пресс, 2011.
- Рахимбергенова 2009 – *Рахимбергенова М.Х.* Речевые приемы создания образа мигрантов на страницах российской и британской прессы // Иностранные языки: лингвистические и методические аспекты. 2009. № 9.
- Рикёр 2004 – *Рикёр П.* Память, история, забвение / пер. с франц. М.: Изд-во гуманитарной литературы, 2004.
- Римашевская 2004 – *Римашевская Н.М.* Социально-экономические и демографические проблемы современной России // Вестник РАН. 2004. Т. 74. № 3.
- Русские 1992 – Русские. Этносоциологические очерки. М.: Наука, 1992.
- Рыжова 2018 – *Рыжова С.В.* Содержание и динамика этнической идентичности в России // Этническое и религиозное многообразие России / под ред. В.А. Тишкова, В.В. Степанова. 2-е изд., испр., доп. М.: ИЭА РАН, 2018.
- Рязанов 2007 – *Рязанов А.В.* Этнос в коммуникативном пространстве социума. Саратов: СГУ, 2007.

- Рязанцев 2018 – *Рязанцев С.В.* Интеграция мигрантов в контексте внешней миграционной политики России // Социологические исследования. 2018. № 1. С. 105.
- Сид 2005 – *Сид И.* Станут ли национальные СМИ сильной картой в большой игре? // Со-Общение. 2005. Март.
- Скиба 2004 – *Скиба М.Е.* Концепт гордость в американском идеологическом дискурсе // Язык. Речь. Речевая деятельность: Межвузовский сборник научных трудов. Вып. 7. Н/Новгород: Изд-во НГЛУ им. Н.А. Добролюбова, 2004. С. 183–188.
- Смирнова 2008 – *Смирнова Т.М.* НКА: Теория, практика и тенденции // Социальные проблемы. 2008. № 2.
- Снежкова 2016 – *Снежкова И.А.* Украинский кризис и бои в Интернете // Антропология медиа: Теория и практика / под ред. В.К. Мальковой и В.А. Тишкова. М.: ИЭА РАН, 2016.
- Сороченко 2002 – *Сороченко В.* Энциклопедия методов пропаганды (Как нас обрабатывают СМИ, политики и реклама). 200. URL: <http://psyfactor.org/propaganda.htm>
- Социальное... 1973 – «Социальное и национальное» / ред. Ю. Арутюнян, Л. Дробужева, О. Шкаратан. М.: Наука, 1973.
- Стародубцев 2019 – *Стародубцев И.* Крадущийся ислам, затаившийся Китай // Московский комсомолец. 10.01.2019.
- Старченко 2015 – *Старченко Р.А.* Языковая жизнь и этнополитические ориентации крымчан (2013–2014 гг.). Автореф. дис. ... канд. ист. наук. М., 2015.
- Старченко 2016 – *Старченко Р.А.* Государственная национальная политика: крымско-татарский аспект // Вестник российской нации. 2016. №1.
- Степанова 2010 – *Степанова В.Л.* Социальная память как средство управления людьми. URL: <http://socio.myl.ru/load/2010>.
- Тишков 1995 – *Тишков В.А.* Федерализм и национализм в многонациональном государстве // Межнациональные отношения в России и СНГ. Семинар Московского Центра Карнеги. Вып. 2. М.: АИРО-XX, 1995.
- Тишков 1997 – *Тишков В.А.* Очерки теории и политики этничности в России. М., 1997.
- Тишков 2001 – *Тишков В.А.* Этнология и политика: М.: Наука, 2001.
- Тишков 2003 – *Тишков В.А.* Реквием по этносу. Исследования по социально-культурной антропологии. М.: Наука, 2003.
- Тишков 2004 – *Тишков В.А.* СМИ и ксенофобия. Предисловие // *Малькова В.К.* Этнические аспекты журналистики. Из опыта анализа российской прессы. М., 2004.
- Тишков 2011а – *Тишков В.А.* Единство в многообразии: публикации из журнала «Этнопанорама» 1999–2011 гг. 2-е изд. Оренбург: Изд. центр ОГАУ, 2011.
- Тишков 2011б – *Тишков В.А.* Интервью газете «Новые Известия» 29.08.2011. URL: <https://newizv.ru/news/society/29-08-2011/150267-direktor-institut-etnologii-i-antropologii-ran-valerij-tishkov>
- Тишков 2013а – *Тишков В.А.* Российская полиэтничность в мировом контексте // Вестник российской нации. 2013. № 5.
- Тишков 2013б – *Тишков В.А.* Российский народ. История и смысл национального самосознания. М.: Наука, 2013.
- Тишков 2013в – *Тишков В.А.* Стройка наций // Россия в глобальной политике. 2013. № 5. Сент.–окт.

- Тишков 2016 – *Тишков В.А.* Медиа поглощает культуру или это часть культуры? // Антропология медиа: Теория и практика / под ред. В.К. Мальковой и В.А. Тишкова. М.: ИЭА РАН, 2016.
- Тишков 2018 – *Тишков В.А.* Россия в XXI веке // Этническое и религиозное многообразие России / под ред. В.А. Тишкова, В.В. Степанова. 2-е изд., испр., доп. М.: ИЭА РАН, 2018.
- Тишков, Шабаев 2011 – *Тишков В.А., Шабаев Ю.П.* Этнополитология: политические функции этничности: Учебник для вузов. М.: Изд-во МГУ, 2011.
- Тлеуж 2011 – *Тлеуж А.Х.* Конструирование российской коллективной идентичности: социально-философский анализ. Автореф. дис. ... д-ра филос. наук. Ростов н/Д., 2011.
- Толерантность... 2007 – Толерантность против ксенофобии (зарубежный и российский опыт) / ред. В.И. Мукомель, Э.А. Паин. М.: ИС РАН; МБПЧ, 2007.
- Томсинов 2014 – *Томсинов В.А.* «Крымское право» или юридические основания для воссоединения Крыма с Россией // Вестник МГУ. Сер. 11: Право. 2014. № 2.
- Трибунская – *Трибунская Е.* Саморегулирование СМИ в области языка вражды URL: <http://www.medialaw.ru/selfregulation/6/n1.htm>.
- Уваров 1833 – *Уваров С.С.* Доклад Николаю I об основах деятельности Министерства народного просвещения (1833). Цит. по: Хрестоматия по истории России: учеб. пособие /авт.-сост. А.С. Орлов, В.А. Георгиев, Н.Г. Георгиева, Т.А. Савохина. М., 2004. С. 244–245.
- Федотова 2013 – *Федотова Л.Н.* Социальная миссия и социальная ответственность: понятия и эмпирическое наполнение // Капитал страны: [федеральное интернет-издание]. 23.02.2013. URL: https://kapital-rus.ru/articles/article/socialnaya_missiya...
- Феоктистов 1993 – *Феоктистов Д.В.* Особенности формирования образа «русского национализма» в прессе США. Автореф. дис. ... канд. ист. наук. М., 1993.
- Хакимов 1974 – *Хакимов А.Х.* Печать Узбекистана и интернациональное воспитание масс. Ташкент: Узбекистан, 1974.
- Цхитишвили 1963 – *Цхитишвили К.* Пропаганда ленинских идей дружбы народов в печати Грузии (1956–1961). Тбилиси: Изд-во ЦК КП Грузии, 1963.
- Цымбурский 1999 – *Цымбурский В.Л.* Геополитика как мировидение и род занятий // Политические исследования. 1999. № 4.
- Черныш 2018 – *Черныш М.Ф.* Тренды современной критической социологии (общие наблюдения с конференции ЕСА) // Социологические исследования. 2018. № 2. С. 3–8.
- Чертов – *Чертов Л.Ф.* Пространственная семиотика (программа спецкурса для кафедры социальной философии). URL: <http://www.humanities.edu.ru>
- Чешко 2017 – *Чешко С.В.* Мультикультурализм или культурный промискуитет? // Вестник антропологии. 2017. № 3.
- Что такое... 2014 – Что такое фейковые новости (фейк) и для чего они нужны? // Большой вопрос. 02.06.2014. URL: <https://bolshoyvopros.ru/questions/994190>.
- Шабаев 2011 – *Шабаев Ю.П.* Этнополитология в России: формирование учебной дисциплины // Политическая наука. 2011. № 1: Этничность и политика.
- Шевцов 2008 – *Шевцов В.И.* Федерализм и Россия. М., 2008.

- Шерстюк 2019 – *Шерстюк О.С.* Стратегии конструирования нелегальной миграции как социального явления в медийном дискурсе американских и британских СМИ // Молодой ученый. 2019. № 26 (264).
- Шикула 2006 – *Шикула Д.* Интернет-сообщества как субъекты, формирующие глобальную информационную среду: понятие, происхождение, типы // Коммуникации. 2006. № 10 [132].
- Шнирельман 2005 – *Шнирельман В.А.* Лица ненависти (Антисемиты и расисты на марше). М.: МБПЧ; Academia, 2005.
- Энциклопедический словарь крылатых слов и выражений / сост. В.В. Серов. М.: Локид-Пресс, 2003.
- Этнические СМИ 2015 – Этнические СМИ – будущее медиапространства Австралии. URL: <http://rarc.com.au/2015/06/30>.
- Ядов 1972 – *Ядов В.А.* Социологическое исследование: Методология, программы, методы. М.: Наука, 1972.
- Язык мой... 2002 – Язык мой... Проблемы этнической и религиозной нетерпимости в российских СМИ. М.: Центр «Панорама», 2002.
- Яковенко 2005 – *Яковенко И.Г.* Трансформация базовых идентичностей: факторы, тренды, сценарии // Современные трансформации российской культуры / отв. ред. И.В. Кондаков. М.: Наука, 2005. С. 119–134.
- Brass 1974 – *Brass P.* Language, Religion and Politics in North India. Cambridge: Cambridge University Press, 1974.
- Castle, Miller 2009 – *Castles S., Miller M.* The Age of Migration: International Population Movements in the Modern World. 4th Ed. Basingstoke (UK): Palgrave Macmillan, 2009.
- Esman 1994 – *Esman M.* Ethnic Politics. Ithaca (NY): Cornell University Press, 1994.
- Tolz, Harding 2015 – *Tolz V., Harding S.-A.* From «Compatriots» to «Alliens»: The Changing Coverage of Migration on Russian Television. 09.06.2015. URL: <https://doi.org/10.1111/russ.12025>.

ИСТОЧНИКИ

Документы

Законодательные:

- Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020).
- Гражданский кодекс Российской Федерации (30.11.1994 № 51-ФЗ).
- Уголовный кодекс Российской Федерации (13.06.1996 № 63-ФЗ).
- Федеральный Закон «О средствах массовой информации» от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 02.12.2019, с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2020).
- Федеральный Закон «О гражданстве Российской Федерации» от 28.11.1991 № 1948-1 (с изм. и доп.).
- Федеральный Закон «О противодействии экстремистской деятельности» от 25.07.2002 № 114-ФЗ (с изм. и доп.).
- Федеральный Закон «О языках народов Российской Федерации» от 25.10.1991 № 1807-1 (ред. от 31.07.2020).

Стратегия государственной национальной политики Российской Федерации на период до 2025 года (утв. Указом Президента РФ от 19 дек. 2012 г. № 1666; в редакции Указа Президента РФ от 6 дек. 2016 г. № 703).

Доктрина информационной безопасности РФ (утв. Указом Президента РФ от 5 дек. 2016 г. № 646)

Решение Совета по межнациональным отношениям и взаимодействию с религиозными объединениями при Совете Федерации Федерального Собрания РФ (17.03.2017).

Международные:

Устав Организации Объединенных наций (подписан 26.06.1945, вступил в силу 24.10.1945).

Декларация о правах лиц, принадлежащих к национальным или этническим, религиозным или языковым меньшинствам (принята резолюцией 47/135 ГА ООН 18.12.1992).

Рамочная Конвенция о защите национальных меньшинств – конвенция Совета Европы (01.02.1995).

Конвенция об обеспечении прав лиц, принадлежащих к национальным меньшинствам, государств – участников Содружества Независимых государств (подписана в 1994 г., вступила в силу в 1997 г.).

Профессиональные:

Декларация Московской Хартии журналистов (принята 04.02.1994).

Декларация об основных принципах, касающихся вклада СМИ в укрепление мира и международного взаимопонимания, в развитие прав человека и в борьбу против расизма, апартеида и подстрекательства к войне (принята 28.11.1978).

Кодекс профессиональной этики российского журналиста (23.06.1994).

Положение о программе Гильдии судебных репортеров «Чистые перья» (1999–2001)

Периодические издания

Дореволюционные:

Мнемозина (альманах). 1824–1825.

Полярная Звезда (альманах). 1823–1825.

Русская старина (альманах). 1824.

Русский Вестник. 1904. № 3–4.

Соревнователь просвещения и благотворения или Труды Вольного общества любителей российской словесности. 1818–1825.

Сын Отечества. 1813.

Газеты советского периода:

Заря Востока (Грузия). 1988–1989.

Правда. 1937, 1941, 1945.

Правда Востока (Узбекистан). 1988–1989.

Советская Россия (СР). 1988–1989.

Современные центральные газеты:

Аргументы и факты (АиФ). 2011–2012, 2014, 2017–2018.

Аргументы недели (АН). 2011–2012, 2014, 2017–2018.

Известия. 1993, 1995, 2011–2012, 2014, 2017–2018.

Коммерсант. 2011–2012, 2014, 2017.

Комсомольская правда (КП). 2001–2002, 2011–2012, 2014, 2018.
Московский комсомолец (МК). 2001–2002, 2011–2012, 2014, 2016–2019.
Независимая газета (НГ). 1993, 1995, 2011, 2014.
Новые известия (НИ). 2011–2012.
Общая газета. 1993.
Российская газета (РГ). 1993–1994, 2011–2012, 2017–2018.
Советская Россия (СР). 2014, 2017.
Труд 7. 2011–2012.
Правда Москвы (ПМ). 2011–2012.

Российская республиканская пресса:

Известия Удмуртской Республики (ИУР). 2014.
Казанский телеграф (КТ). 1992.
Карелия. 2014.
Правда Бурятии (ПБ). 2014.
Республика Татарстан (РТ). 1992, 2014.
Советская Осетия. 2014.
Советская Татария (СТ). 1992, 1995.
Тувинская правда (ТП). 1994–1995, 2014.
Якутия. 1994–1995, 2014.

Газеты этнических диаспор и сообществ (2000–2011):

(Азербайджанские) Азеррос, Азербайджанский Конгресс.
(Армянские) Ноев Ковчег, Новый Вавилон, Еркрамас.
Газета таджикских мигрантов.
(Еврейские) Еврейская международная газета, Еврейские новости, Менора.
Казак Тили (Казахский язык – газета российских казахов).
Караимские вести.
Лезгинские известия.
Мигрант (газета российских кыргызстанцев).
Мы говорим (газета для нацменьшинств стран СНГ и Прибалтики).
(Немецкие) Московская немецкая газета, Уральские немцы, Рундшау, Волжский курьер.
Объединенная Финно-угорская газета.
Российские корейцы.
Русская газета в Удмуртии.
Татарские новости, Татарский мир.
(Тальшские) Тальшский вестник, Тольш.
(Чувашская) ЕНТЕШСЕМ («Земляки»).

Электронные источники

Аргументы недели (сайт) <<http://www.argumenti.ru/>>
Вести.Ru <<http://vesti.ru/>>
Газета «Метро» <<http://www.metronews.ru/>>
Еженедельник «Демоскоп» <<http://demoscope.ru/weekly>>
ИА Росбалт новости <<http://www.rosbalt.ru/>>
ИноСМИ.РУ <<http://www.inosmi.ru/social/>>
Информационно-аналитический центр «Сова» <<http://www.sova-center.ru/>>

Картина мира. Альтернативные новости <<http://kartinamira.info/selfactualization/>>
Комсомольская правда (сайт) <<http://kp.ru/daily/>>
Мигрант Медиа Новости <<https://migrantmedia.ru/>>
Новая политика <<https://novopol.ru/>>
Новости Армении <<https://news.am/rus/news/>>
Новости политики <<http://polit.ru/>>
Новости политики и экономики <<http://polit.nnov.ru/>>
Новости России и мира Lenta.Ru <<https://lenta.ru/>>
Общественная кампания противодействия расизму, ксенофобии, антисемитизму и этнической дискриминации в многонациональной РФ <<http://antirasizm.ru>>
Православие.Ru <<https://pravoslavie.ru>>
Радио Бизнес FM <<https://www.bfm.ru/>>
Регион on line новости <<https://news-r.ru/news/>>
РИА Новости Видео <http://ria.ru/tv_society/>
Русский обозреватель <<https://rus-obr.ru>>
Сайт Правительства РФ <<http://government.ru/>>
Сервис подбора слов <<https://wordstat.yandex.ru>>
Словари и энциклопедии на портале «Академик» <<https://dic.academic.ru/dic.nsf/>>
Официальные интернет-ресурсы республик:
Республика Адыгея <<http://www.adygheya.ru>>
Республика Алтай <<http://www.altai-republic.com>>
Республика Башкортостан <<http://www.bashkortostan.ru>>
Республика Бурятия <<http://www.egov.-buriatia.ru>>
Республика Дагестан <<http://www.e-dag.ru>>
Республика Ингушетия <<http://www.ingushetia.ru>>
Кабардино-Балкарская Республика <<http://www.president-kbr.ru>>
Республика Калмыкия <<http://www.kalm.region.ru>; <http://www.kalmportal.ru>>
Карачаево-Черкесская Республика <<http://www.kchr.info>>
Республика Карелия <<http://www.karelia.ru>>
Республика Коми <<http://www.rkomi.ru>>
Республика Марий Эл <<http://www.gov.mari.ru>>
Республика Мордовия <<http://www.e-mordovia.ru>>
Республика Саха (Якутия) <<http://www.sakha.gov.ru>>
Республика Северная Осетия – Алания <<http://www.rso-a.ru>>
Республика Татарстан <<http://www.tatar.ru>>
Республика Тыва <<http://www.gov.tuva.ru>>
Удмуртская Республика <<http://www.udmurt.ru>>
Республика Хакасия <<http://www.rhlider.ru>>
Чеченская Республика <<http://www.chechnya.gov.ru>>
Чувашская Республика – Чувашия <<http://www.cap.ru>>

В качестве источников также были использованы русскоязычные этнические интернет-сайты российских народов, многочисленные интернет-публикации из социальных сетей, блогов и иных электронных ресурсов, а также интернет-сервисы Яндекса и его базы данных.

ПРИЛОЖЕНИЕ

Формуляр для контент-анализа информации газет по проблемам толерантности и конфликтности¹

БЛАНК для формализации текста федеральной, московской
или республиканской прессы (Мордовия и Татарстан).

В.К. Малькова. ИЭА РАН, 2002 г.

ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ РАБОТЫ ИССЛЕДОВАТЕЛЯ-КОДИРОВЩИКА:

1. Исследователь берет специально отобранные для анализа номера газеты²;
2. Подсчитывает и записывает на бланке общее количество всех публикаций каждого анализируемого номера, включая все тексты, а также отдельные лозунги, рекламные объявления и иллюстрации.
3. Выбирает из всего номера все публикации, содержащие а) ЭТНОНИМЫ (названия этносов, своих или других) или их производные (*татарин, татарский, татарская, русский, мордва, эрзя, мокша, грузин, тувинец, китаец, американец...*); б) слова и словообразования, *связанные с «этносом», «национальностью»*; в) слова, *связанные с ненормативным поведением и идеями в межнациональных отношениях (национал-экстремизм, национал-фашизм, этнофобии, шовинизм, нацизм, антисемитизм и т.д.)*
4. Прочитывает каждую из выделенных публикаций и в каждой из них фиксирует элементы текста, указанные в ФОРМУЛЯРЕ.
5. На обратной стороне листа исследователь записывает под номером соответствующей публикации наиболее яркие цитаты (дословно!!!): идеи, стереотипы и лексемы (слова и выражения). И это – непереносимое условие!
6. Информация следующего номера фиксируется на следующем бланке.
7. Если в одном номере окажется больше 9-ти публикаций с этнонимами, возьмите дополнительный бланк, на котором продолжите нумерацию анализируемых публикаций. Также запишите все выходные данные этого номера!

ВНИМАНИЕ!

- Наличие в публикации каждого элемента текста отмечается галочкой в соответствующей клеточке Формуляра.
- Каждая вертикальная колонка Формуляра предназначена для одной публикации, даже если она маленькая.
- Некоторые элементы текста сокращенно записываются в соответствующей колонке и клеточке (в случаях, где советуют *«указать что, кто, где...»*). Например: страны: Грузия – «Груз.», Китай – «Кит.», США – «США» и т.д.)
- Если в публикации упоминаются 2 и более этносов (республик, стран), кодировщик записывает их на обороте Бланка, под соответствующим номером публикации.
- Во время анализа в текстах публикаций могут встретиться важные элементы текста, не предусмотренные в Формуляре. Исследователь записывает их на обратной стороне последней страницы. И это – тоже ценная информация.
- Все записи производятся четко и на русском языке.

¹ Это – одна из версий формуляра, которая была составлена автором в рамках проекта Федеральной Программы *«Формирование установок толерантного сознания и профилактика экстремизма в российском обществе»*. Институт этнологии и антропологии РАН. Москва. 2002 г.

² Условия выборки изданий и номеров обсуждаются с исследователем отдельно.

ОБРАТИТЕ ВНИМАНИЕ:

В ФОРМУЛЯРЕ есть позиции, которые непременно должны быть отмечены при анализе каждой публикации. Мы специально выделили их в более темные рамки.

	<i>Элементы текста, содержащиеся в публикациях анализируемых изданий:</i>	<i>Название издания, место, номер и дата выпуска. Общее количество публикаций в номере. ФИО кодировщика.</i>			
		1	2	3	4
1.	<i>Номер публикации</i>				
2.	Упоминание в публикации этносов (этнонимов и их производных):				
3.	Мордва, мордвин, мордовский				
4.	Мордва эрзя, эрзянский				
5.	Мордва мокша, мокшанский				
6.	Татары, татарский				
7.	Русские, русский				
8.	Другие этносы в республике (в Москве) – <i>указать</i>				
9.	Другие этносы России (<i>указать</i>)				
10.	Этносы ближнего зарубежья (<i>указать</i>)				
11.	Другие зарубежные этносы (<i>указать</i>)				
12.	Упоминание разных конфессий и верований:				
13.	Христиане (православные, католики, протестанты... – <i>указать</i>)				
14.	Мусульмане				
15.	Иудеи				
16.	Буддисты				
17.	Язычники				
18.	Сектанты				
19.	ДРУГОЕ (<i>указать</i>)				
20.	Упоминания рас и подчеркивание расовых признаков:				
21.	Европеиды (европейцы)				
22.	Монголоиды				
23.	Негроиды (чернокожие)				
24.	Мулаты				

25.	Метисы				
26.	Другое (<i>отметить</i>)				
27.	Упоминания республик, регионов, стран:				
28.	Республика Татарстан, Татария				
29.	Республика Мордовия, Мордовия				
30.	Другие российские республики (<i>указать</i>)				
31.	Центр, Федеральный центр, «Кремль»				
32.	Москва				
33.	Россия				
34.	Русь				
35.	Страны ближнего зарубежья (<i>указать</i>)				
36.	Другие зарубежные страны (<i>указать</i>)				
37.	Лексемы (слова и выражения) в тексте:				
38.	Дружба народов, взаимопонимание, гуманизм, милосердие, уважение, великодушие, толерантность...				
39.	Близость народов, родство, единство ...				
40.	Права человека, права меньшинств				
41.	Взаимопомощь, сотрудничество этносов				
42.	Многонациональный / полиэтничный регион (город, республика, страна)				
43.	Экстремизм, этнофобия, ксенофобия, расизм, национализм, антисемитизм, шовинизм				
44.	Межнациональная / межэтническая рознь, нетерпимость, конфронтация, столкновение, конфликт, непонимание, вражда; этническая / национальная дискриминация.				
45.	Россияне				
46.	Москвичи				
47.	Граждане Татарстана, татарстанцы				
48.	Граждане Мордовии				
49.	Наш народ (россияне)				
50.	Наш народ (в республике)				
51.	Наш народ (этнос)				
52.	Жители других республик				
53.	Малый (е) народ (ы)				
54.	Малочисленный (е) народ (ы)				
55.	Коренной (ые) народ (ы)				
56.	Титульный (е) народ (ы)				
57.	Этнические (национальные) меньшинства				
58.	Этнические (национальные) диаспоры				
59.	Беженцы				
60.	Переселенцы				
61.	Мигранты				
62.	Неграждане				
63.	Чужие				
64.	Приезжие, иногородние				
65.	Иностранцы				
66.	Кавказцы				
67.	Азиаты				

68.	Арабы				
69.	Чернокожие				
70.	Узкоглазые				
71.	Желтолицы				
72.	«Лица кавказской национальности»				
73.	«Лица славянской (мусульманской) национальности...»				
74.	«Черные»				
75.	«Чурки, чучмеки, хачики, киты» (указать)				
76.	Красно-коричневые, нацисты, фашисты...				
77.	Другое (указать)				
78.	<i>Упоминания ценностей:</i>				
79.	Наша (моя) страна				
80.	Наша государственность (указать – чья)				
81.	Наш суверенитет и независимость				
82.	Наша столица (указать – чья)				
83.	Наша история (указать – чья)				
84.	Наш (мой) народ (указать, о ком речь)				
85.	Наши мужчины, женщины, дети (если есть – указать национальность)				
86.	Наш (мой) край, земля, природа (указать)				
87.	Наши (мои) земляки				
88.	Сотраждане, соотечественники				
89.	Народ республики, граждане				
90.	Народы республики				
91.	Население республики				
92.	Наша конституция (указать – о какой речь)				
93.	Общероссийские символы (флаг, гимн, герб) – указать, о чем речь				
94.	Республиканские символы (...)				
95.	Наша честь, достоинство, моральный престиж, репутация (национальная, этническая, республиканская...)				
96.	Поддержание чести, достоинства				
97.	Оскорбление, унижение чести, достоинства				
98.	ДРУГОЕ (отметить)				
99.	<i>Упомянутые в публикациях сферы жизни:</i>				
100.	Политика				
101.	Промышленность				
102.	Сельское хозяйство				
103.	Материальная культура				
104.	Духовная культура (обычаи, психология)				
105.	Искусство профессиональное				
106.	Искусство народное				
107.	Наука, образование				
108.	Литература				
109.	Язык (национальный, русский, другой)				
110.	История (этническая, российская, другая)				
111.	Демография (этническая, российская, другая)				

112.	Проявления дружбы, поддержки, взаимопомощи этносов, гуманитарные акции				
113.	Упоминания о межэтнических или межконфессиональных конфликтах в регионах России (<i>указать – где</i>)				
114.	ВОЙНА, события в горячих точках				
115.	Страдания, мытарства людей				
116.	Быт, здоровье, сфера обслуживания				
117.	Криминал, преступность				
118.	Спорт				
119.	Природа				
120.	ДРУГОЕ (<i>указать</i>)				
<hr/>					
121.	Период, упоминаемый в тексте:				
122.	До 1917 г.				
123.	Советский период				
124.	После 1991 г. по сегодняшний день				
125.	Будущее				
126.	Всегда, постоянно, издавна...				
127.	Когда-то,				
128.	Время неопределенное				
129.	ДРУГОЕ (<i>указать</i>)				
<hr/>					
130.	Противопоставления в тексте:				
131.	Центр – провинция				
132.	Москва – регионы				
133.	«Россияне и кавказцы»				
134.	Граждане и мигранты				
135.	Славянские народы и другие				
136.	Мусульмане и христиане				
137.	Сербы и албанцы, израильтяне и палестинцы, католики и протестанты				
138.	Свои и чужие				
139.	Друзья – соперники				
140.	Партнеры – противники				
141.	«Коренные» и меньшинства				
142.	Русские – титульные				
143.	Мы и они				
144.	Другое (<i>указать</i>)				
<hr/>					
145.	Упоминаемые персонажи:				
146.	Политики, чиновники, военные (современные)				
147.	Руководители / владельцы крупных предприятий, «олигархи»				
148.	Ученые,				
149.	Артисты, писатели, художники				
150.	Рабочие, крестьяне				
151.	Горожане, сельчане				
152.	Бизнесмены, предприниматели				
153.	Исторические герои				

154.	Фольклорные и литературные персонажи				
155.	ДРУГОЕ (указать)				
156.	МЫ:				
157.	Наличие идей и этнических стереотипов – характеристик «НАС»:				
158.	Мы все – люди, часть человечества, все люди – братья				
159.	Мы все – россияне				
160.	Мы – жители (граждане) республики				
161.	Мы – этнос (татары, мордва, русские)				
162.	Мы – москвичи				
163.	Мы – хорошие, умные, сильные, трудолюбивые...				
164.	У нас такие обычаи...				
165.	Наш характер, наша душа...				
166.	Мы достигли..., дали мировой культуре...				
167.	Мы привыкли к тому, чтобы (позитив)....				
168.	Мы гостеприимны и дружелюбны...				
169.	Мы миролюбивы и терпеливы...				
170.	Нас становится все меньше...				
171.	Наши национальные ценности заменяются чужими (язык, культура, история)				
172.	У нас принято, мы любим, чтобы ... (негатив)				
173.	Все должны нам помогать				
174.	Мы – плохие (глупые, ленивые, пьяницы...)				
175.	У нас ничего хорошего не получается. Мы не способны ни на что...				
176.	Это у нас в крови (в роду). Это – наш крест.				
177.	Мы были такими всегда, такими и останемся				
178.	Мы беспокоимся за судьбу своего этноса (народа)				
179.	Мы становимся (стали) очень слабыми				
180.	У нас нет настоящих героев, наших лидеров				
181.	Мы сами себя не уважаем, унижаем и оскорбляем				
182.	Мы сами позволяем унижать себя				
183.	ДРУГОЕ (указать)				
184.	Идеи о НАС				
185.	Мы – гордимся своим краем, республикой, ее достижениями, ее героями, ее природой				
186.	Мы гордимся своей национальностью				
187.	Мы должны служить своему народу и республике				
188.	Мы – великий народ (этнос), наша история древняя и самобытная, мы дали миру многих героев				
189.	Мы здесь главные (титульные, первые, коренные), мы издавна живем здесь				
190.	Все другие должны здесь жить по нашим законам				
191.	Для нашего этноса на нашей земле должны быть исключения, привилегии, льготы				
192.	В нашей республике у других этносов не должно быть равных с нашими прав				

193.	Это – только наше (земля, недра и проч.) – этническое или республиканское (<i>указать</i>)				
194.	ДРУГОЕ (<i>указать</i>)				
195.	<i>ОНИ:</i>				
196.	Они – наши гости				
197.	Они – наши соседи				
198.	Они – иностранцы				
199.	Они – наши партнеры, друзья				
200.	Они – наши соперники или противники				
201.	Они – тоже наши граждане				
202.	Они – наши (это тоже – мы)				
203.	Они – чужие				
204.	Они – наши враги				
205.	У нас лучше, а у них – хуже ...				
206.	Мы – норма, а они – нет				
207.	У нас плохо, а у них хорошо...				
208.	Они – умные, трудолюбивые (позитив)				
209.	Они все воры, бандиты (негатив)				
210.	Они всегда делают так (<i>позитив / негатив – указать</i>)				
211.	ДРУГОЕ (<i>указать</i>)				
212.	<i>Идеи, связанные с взаимодействием разных этнических групп:</i>				
213.	Разнообразие этносов – это хорошо				
214.	Мы все – граждане одной страны.				
215.	Мы должны жить с ними дружно				
216.	Мы осуждаем все виды этнической дискриминации				
217.	Мы не хотим и не должны соперничать с другими этносами				
218.	Мы не должны портить с ними отношения				
219.	Давайте искать компромиссы с ними				
220.	Мы живем вместе, поэтому вынуждены считаться друг с другом				
221.	Мы давно и мирно живем с ними, и это нормально				
222.	Мы всегда сотрудничали с ними и взаимно помогали друг другу				
223.	Мы переняли у них много хорошего				
224.	Они хорошо влияют на нас				
225.	Мы хорошо влияем на них				
226.	Несмотря на некоторые наши этнокультурные различия, ни у кого не должно быть особого статуса в городе, республике и стране				
227.	Нельзя дискриминировать этнические и религиозные меньшинства				
228.	Иногда мы плохо относимся к людям других национальностей, рас, конфессий				
229.	ДРУГОЕ (<i>указать</i>)				

230.	Идеи, связанные с обвинением «других» в наших неудачах:				
231.	Они виноваты в нашем прошлом				
232.	Они виноваты в том, что мы сейчас...				
233.	Они всегда мешали нам, мешают и теперь				
234.	У нас с ними разные ценности и цели				
235.	Они отнимают у нас..., покушаются на наше...				
236.	Они искажают нашу историю				
237.	Находясь у нас, они должны жить по нашим законам				
238.	От них – одни неприятности – грязь, болезни, конкуренция...				
239.	У них есть план: разрушить, уничтожить нас				
240.	Они оскорбляют наше достоинство, унижают нас				
241.	Мы постоянно ощущаем предвзятое отношение к себе				
242.	ДРУГОЕ (указать)				
243.	Предсказания, угрозы и призывы:				
244.	Скоро нас будет меньше, чем их				
245.	Если они останутся здесь, то через некоторое время...				
246.	Они нам еще покажут...				
247.	Они могут отнять у нас...				
248.	Нам надо что-то предпринимать				
249.	Мы должны восстанавливать свои позиции и наносить ответные удары...				
250.	Давайте добиваться...				
251.	Их надо выселить, прогнать, убрать...				
252.	Их нельзя допускать к нам!				
253.	Правильно против них были приняты меры				
254.	Убирайтесь вон!				
255.	Чемодан – Вокзал – Кавказ (Израиль, Украина, Прибалтика...!)				
256.	Янки! (и другие), Гоу Хоум!				
257.	ДРУГОЕ (указать)				
258.	Авторство публикации:				
259.	Журналист				
260.	Политик				
261.	Чиновник				
262.	Артист, писатель, художник				
263.	Ученый				
264.	Адвокат, учитель, врач, инженер				
265.	Бизнесмен, предприниматель				
266.	Просто читатель				
267.	Газета (без подписи)				
268.	ДРУГОЕ (указать)				
269.	Форма сообщения:				
270.	Сообщение о событии без комментариев				
271.	Анализ, размышления, разъяснения				
272.	Констатация событий и фактов				

273.	Приписывание / отрицание характеристик				
274.	Дискуссия, несовпадение позиций				
275.	Утверждение идеи, поучение, внушение, советы				
276.	Пример, модель, норма поведения				
277.	Предостережение. Предсказание				
278.	Оскорбление, использование кличек, ярлыков				
279.	Угроза и подстрекательство, провоцирование				
280.	Призыв, лозунг, побуждение к действиям				
281.	Приказ, требование				
282.	Протест				
283.	ДРУГОЕ (указать)				
284.	Жанр сообщения:				
285.	Статья (аналитическая, теоретическая)				
286.	Официальный документ				
287.	Выступление, речь				
288.	Репортаж				
289.	Интервью; Пересказ чужих слов				
290.	Очерк, рассказ				
291.	Стихи, песни				
292.	Фольклор (загадки, поговорки, сказки, притчи, анекдоты) – <i>указать</i>				
293.	Письмо (звонок) читателя				
294.	Смешанный жанр				
295.	Иллюстрация (фото, рисунок, коллаж)				
296.	Реклама				
297.	Отклик на предыдущую публикацию				
298.	ДРУГОЕ (указать)				
299.	Эмоциональная окраска публикации:				
300.	Радость, восторг, эйфория				
301.	Согласие, удовлетворение				
302.	Эмоции не выражены				
303.	Волнение автора				
304.	Сочувствие, жалость, сострадание				
305.	Просьба о помощи, о поддержке				
306.	Отвержение, несогласие				
307.	Оправдание				
308.	Осуждение, порицание				
309.	Пренебрежение, брезгливость				
310.	Гнев, возмущение, острое недовольство				
311.	Страх, паника				
312.	Требование остановить, прекратить, изменить...				
313.	Угроза, оскорбление, унижение				
314.	Юмор. Насмешка				
315.	Сарказм, издевательство				
316.	Эпатаж, ерничество				
317.	ДРУГОЕ (указать)				

318.	Источники, использованные журналистом:				
319.	Официальные и статистические документы				
320.	Интервью с официальными лицами				
321.	Интервью с деятелями культуры				
322.	Ссылки на другие СМИ				
323.	Ссылки и авторитеты				
324.	Собственные наблюдения автора				
325.	Слухи, предположения				
326.	Письма, звонки читателей				
327.	Информация от представителя описываемого этноса				
328.	Информация от представителя другого этноса				
329.	Источник информации неясен				
330.	ДРУГОЕ (указать)				
331.	Оформление публикации:				
332.	Употребление ЭТНОНИМА в рубрике				
333.	Употребление ЭТНОНИМА в заголовке				
334.	Наличие в тексте ИСКАЖЕННОГО ЭТНОНИМА (+ ярлык, кличка)				
335.	Наличие конструктивных идей				
336.	Наличие иллюстрации (фото, рисунок)				
337.	Выделение публикации на странице (рамка, увеличенный шрифт, необычное расположение...)				
338.	ДРУГОЕ (указать)				
339.	Размер публикации:				
340.	Маленькая (условно – менее 10х10 см)				
341.	Средняя (не больше 20х20 см)				
342.	Большая (половина полосы и больше)				
343.	Общая оценка публикации: (мнение кодировщика):				
344.	Толерантная				
345.	Интолерантная				
346.	Нейтральная				
347.	Смешанная				

При использовании Формуляра (или его фрагментов) ссылка на авторство обязательна.

Научное издание

Малькова Вера Константиновна

**ЭТНИЧНОСТЬ И МЕДИА: ОПЫТЫ ЭТНОПОЛИТИЧЕСКОГО
АНАЛИЗА СОВРЕМЕННЫХ РОССИЙСКИХ СМИ**

*Утверждено к печати
Ученым советом
Института этнологии и антропологии
им. Н.Н. Миклухо-Маклая*

Выпускающий редактор: *О.Л. Милова*
Редакторы: *О.И. Мальцева, О.Л. Милова*
Корректоры: *О.И. Мальцева, О.Л. Милова*
Компьютерная верстка: *О.Г. Симонова*
Макет обложки: *Е.В. Орлова*

Подписано в печать 10.12.2020.
Формат 84x108 1/16. Усл.-печ. л. 32,5.
Тираж 500 экз. Заказ № 182

Участок множительной техники
Института этнологии и антропологии РАН
119334, Москва, Ленинский проспект 32А