

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего профессионального образования
«ПЕРМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА КАК КАТАЛИЗАТОР КРОССНАЦИОНАЛЬНОГО ОБУЧЕНИЯ

Сборник научных статей

Выпуск 3



Пермь 2015

УДК 070:004
ББК 76.0
С 69

Социальные медиа как катализатор кросснационального
С 69 обучения: сб. науч. ст. / под ред. Л. А. Фадеевой; Перм. гос. нац.
исслед. ун-т. – Пермь, 2015. – Вып. 3. – 119 с.

ISBN 978-5-7944-2655-7 (вып. 3)
ISBN 978-5-7944-1934-4

Настоящее издание представляет собой сборник научных статей и материалов, подготовленных молодыми исследователями и студентами историко-политологического факультета Пермского государственного национального исследовательского университета направления «Политология» (бакалаврами, магистрами, аспирантами) и направления «Международные отношения» (бакалаврами) на основе анализа социальных медиа. Статьи посвящены способам использования социальных медиа и интернет-ресурсов в политических целях; тексты содержат как прямые, так и аналитические скриншоты отражения в социальных медиа острых вопросов современности: крымского, празднования 70-летия Победы, российско-турецкого конфликта 2015 г., шотландского референдума 2014 г.

Часть сборника посвящена проблемам культурного разнообразия и конфликтов в этнической сфере в рамках реализации проекта «Европейская идентичность, культурное разнообразие и политические изменения» (7 Рамочная программа ЕС).

Сборник предназначен студентам гуманитарных специальностей, а также всем, кто интересуется возможностью использования социальных медиа не только как средства коммуникации, но и как материала и инструмента анализа социально-политических и социокультурных процессов.

УДК 070:004
ББК 76.0

*Печатается по решению кафедры политических наук
Пермского государственного национального исследовательского университета*

Под редакцией **Л. А. Фадеевой**

*Рецензент: О. Б. Подвинцев, д-р полит. наук, проф., зав. отделом
по изучению политических институтов и процессов Перм. науч. центра УрО РАН*

ISBN 978-5-7944-2655-7 (вып. 3)
ISBN 978-5-7944-1934-4

© Пермский государственный национальный
исследовательский университет, 2015

СОДЕРЖАНИЕ

<i>Фадеева Л. А.</i> Социальные медиа в политико-ценностном измерении	4
<i>Новикова С. А.</i> Bigdata и методы идентификации уникальных пользователей в Интернете и социальных медиа: политический аспект	9
<i>Гранатова Ю. В.</i> Дискурс Крыма в структуре российской политической идентичности на примере русскоязычного сектора блогосферы	22
<i>Рухтина Е. Д.</i> Восприятие россиянами 70-летия победы в ВОВ. / «Политика памяти» или «коллективная историческая память»?	43
<i>Уманец В. Д.</i> Российско-турецкий конфликт в контексте информационной войны и проблем конструирования идентичности в социальных сетях	60
<i>Грабевник М. В.</i> Дискурс идентичности и прагматичный дискурс в контексте Шотландского референдума о независимости 2014 г.	74
Cultural Diversity and Identity Conflict Management: European Union experience and non-EU post-Soviet countries	92
<i>Mikova Ju.</i> Ethnic groups and national minorities in Hungary in our times	95
<i>Markova Yu.</i> The nature of Turkey: Europe or Asia?	97
<i>Zubkova V.</i> Ethnicity and Nationalism: Case of Turkey	100
<i>Belozeroва M.</i> Are you familiar with languages, food, customs, cultural sensitivities, and traditions of Azerbaijan?.	104
<i>Mekhonoshina Ju.</i> Significance of Cultural, National and Religious Identity. Russian case.	108
<i>Goloshchapova M.</i> The identity of the Nenets.	111
<i>Yakimova E.</i> The process of Christianization of the Komi-Permyaks	114
<i>Bodnar V.</i> The modern challenges of indigenous peoples in Latin America	117

Фадеева Любовь Александровна
*доктор исторических наук, профессор,
заведующая кафедрой политических наук
Пермского государственного национального
исследовательского университета*

СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА В ПОЛИТИКО-ЦЕННОСТНОМ ИЗМЕРЕНИИ

Annotation

The article is devoted to the values and political dimension of social media in contemporary world. Author characterizes changes of the content and methods to use social media in political purposes. As a result, social media become to transform into space of real struggle between followers of different political views and values. University teacher has to learn students how behave in social media and how use it as a special kind of political sources. This collection of works includes both articles on the reflection in social media on up-to-date events and essays on cultural and ethnic diversity.

Keywords: social media, political values, virtual and political identity, critical analytical approach.

Социальные медиа в современном мире начинают оказывать на общество все более серьезное влияние, интернет-пользователи, особенно молодые, проводят в социальных сетях значительно больше времени, нежели за чтением книг или просмотром телевизионных программ. Меняются методы и способы воздействия социальных медиа на общественное сознание, варианты таргетинга, рекрутинга, социальной и политической мобилизации.

Исследование социальных медиа свидетельствует о том, что в социальных сетях за очень короткий срок произошло серьезное изменение контента. В начале 2000-х и примерно до 2010 г. это было пространство определенной свободы. Люди, которые не имели возможности высказать свое мнение в СМИ, могли сделать это там. Было распространено мнение, что в интернете все равны, никто ни над кем не доминирует. Однако буквально за последние пару лет произошла трансформация: в социальных сетях развернулось реальное проти-

воборство разных политических взглядов, ценностей. И эта борьба протекает достаточно жестко, бескомпромиссно. В нее активно включаются государственные акторы, стремясь легитимировать свои позиции и диффамировать, дискриминировать точку зрения оппонентов.

Трансформации подвергается отношение к классическим представлениям – о демократии, либерализме, консерватизме, патриотизме, оппозиции и т.д. Например, в русскоязычном фрагменте Facebook понятия «демократия» и «либерализм» сейчас почти не привлекают пользователей. Люди стали избегать их использования. Например, вместо «либерализм» говорят «либертарианство», зачастую не понимая, что это такое, и представляя либертарианство как современную версию либерализма.



Безусловно, это связано с тем, что после событий 2011–2012 гг. в России слово «либерализм» приобрело негативные коннотации. В результате развернутой пропаганды против либералов сейчас это понятие сопряжено с преклонением перед Западом, с принятием западных ценностей, мультикультурализмом.

В то же время в Facebook становятся популярными консервативные ценности. Но речь идет не о традиционном консерватизме, о котором говорили Э. Бёрк и Ж. де Местр, а о российском варианте, суть которого хорошо отражена в «Манифесте просвещенного консерватизма» Никиты Михалкова.

Меняется отношение к понятию «патриотизм». Какое-то время назад это считалось чуть ли не ругательным словом. Потом к нему было достаточно умеренное отношение. А сейчас патриотом быть модно. Российское общество проходит тот этап, который был в США после 11 сентября. Самюэль Хантингтон в книге «Кто мы?» привел яркий пример относительно патриотизма и его символов. Он обратил внимание, что до событий 11 сентября на улице, где он жил,

американский флаг висел только на здании почты. А после трагедии каждый житель счел необходимым его вывесить. И сейчас российский триколор становится популярным и даже входит как элемент в моду.



Сопоставимо с ситуацией в США и то, что люди, которые позволяют себе критику власти, обвиняются в отсутствии патриотизма. В свое время Тодд Джитлин говорил американским либералам, что они должны выбирать между либерализмом и американским флагом.



Диффамация либералов в современной России сопряжена с обвинениями их в отсутствии патриотизма. Социальные медиа используют при этом широкий набор средств: антиреклама, демотиваторы, использование советских символов.



КОТ ИЛИ ЛИБЕРАЛ?			
		Кот	Либерал
Интеллект		Примерно одинаковый	
Способность принимать самостоятельные решения?	Да	Да	Нет
Способность просчитывать свои действия при охоте?	Да	Да	Нет
Знает, что такое рыночная экономика?	Нет	Нет	Нет
Ворует еду?	Да	Да	Да
Милый и пушистый?	Да	Да	Нет
Полезен для общества?	Да	Да	Нет

Сейчас в социальных медиа, если человек выражает позицию, которая не соотносится с мнением большинства, он может быть подвергнут довольно серьезным нападкам. Люди не стесняются в выражениях, переходя на оскорбления. Непримируемость, ожесточенность – это одно из явлений, которое сейчас нарастает в социальных сетях. И речь идет не только о российском их сегменте. Вполне благополучная Шотландия накануне референдума 2014 г. дала немало примеров того, что выражать свою точку зрения в социальных сетях небезопасно. Журналист Дэвид Мэтьюз, беседовавший с профессорами шотландских университетов, пересказал истории, когда после высказывания позиции по поводу сохранения единства люди получали агрессивные и угрожающие письма с требованием «вернуться в свою Англию»¹.

Вот почему специалисты разных направлений советуют быть крайне осторожными в социальных сетях. Когда человек выходит в социальные медиа, публикует там свою жизнь, то должен быть готов к последствиям. Здесь в полной мере работает формула: «Всё, что сказано вами, может быть использовано против вас».

При работе со студентами часто приходится сталкиваться с их пониманием Интернета как такого пространства, которое создает впечатление нейтральности, иллюзию свободы, защищенности. Они совершенно не замечают как много в социальных медиа разных механизмов, влияющих на человека. От маркетинговых стратегий до влияний ценностного характера. Как в развлекательных ресурсах социальных сетей запускаются темы, которые носят политиче-

¹ Matthews David. What might independence mean for Scotland's universities?[Электронный ресурс].URL: <https://www.timeshighereducation.com/features/what-might-independence-mean-for-scotlands-universities/2013795.article>

ский характер. Они «съедаются» пользователями не глядя, принимаются за чистую монету.

Задача преподавателя – научить входить в это пространство осознанно, а не бросаться туда с головой, потому что могут быть и камни, и подводные течения. В социальные медиа надо идти с аналитическим подходом. Стараться понимать, что это за ресурс, кто там представлен, различать позиции и ценности людей.

В социальных сетях важной является проблема виртуальной идентичности. Известно, что человек может выстроить в интернете какой-то образ себя. Однако, при этом люди склонны проверять информацию экономического характера или то, как выглядит человек, потому что для аватарок используют фотографии других людей или вымышленных персонажей, но менее внимательно относятся к тому, как человек позиционирует свои политические взгляды.

Процесс политизации социальных медиа происходит по нарастающей. С аналитической точки зрения это представляет значительный интерес для политической науки и вообще гуманитарных направлений исследований. Социальные медиа отражают ситуацию «здесь и сейчас», сиюминутную реакцию людей на происходящие события. Значение для анализа имеют как текстовый контент, так и аудиовизуальный ряд, прилагаемый к нему, а также реакция других пользователей – посты, комментарии, перепосты, лайки и др. Достаточно быстро вся эта картина меняется, вот почему так важно делать скриншоты как в прямом смысле слова, так и в переносном – аналитические зарисовки, срезы, характеристику ситуации. Понятно, что полная картина происходящего в обществе и в его сознании не может быть отражена лишь на основании анализа социальных медиа. Однако, они являются богатым и своеобразным источником, который необходимо исследовать наряду с другими и с применением методов критического анализа.

Статьи данного сборника посвящены способам использования социальных медиа и интернет-ресурсов в политических целях; тексты содержат как прямые, так и аналитические скриншоты отражения в социальных медиа острых вопросов современности: крымского, празднования 70-летия Победы, российско-турецкого конфликта 2015 г., шотландского референдума 2014 г.

Часть сборника отведена проблемам культурного разнообразия и конфликтов в этнической сфере в рамках реализации проекта «Европейская идентичность, культурное разнообразие и политические изменения» (7 Рамочная программа ЕС).

Новикова Светлана Александровна
*соискатель кафедры политических наук
Пермского государственного национального
исследовательского университета*

BIGDATA И МЕТОДЫ ИДЕНТИФИКАЦИИ УНИКАЛЬНЫХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ В ИНТЕРНЕТЕ И СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА: ПОЛИТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Annotation

The article is dedicated to the main methods of user identification in the Internet and social media and its political aspects in digital advertising: mechanisms of big data collection and analysis, different levels of targeting and their effectiveness in political messages broadcasting, settings of the political campaigns in social networks (Facebook case).

Keywords: political advertising, Internet, digital advertising, user identification, Big Data, targeting, retargeting.

Рынок онлайн-рекламы развивается в мире, особенно в США, Европе, Японии, стремительными темпами. Согласно прогнозу авторитетного агентства EMarketer, рынок онлайн-рекламы будет расти на 10–12% в течение 2015–2017 гг., и его доля в общем объеме рекламы будет возрастать. Интернет-реклама и реклама в социальных медиа как ее подвид дешевле телевизионной или печатной, а объем рекламного инвентаря в ней гораздо больше.

В этой отрасли сложились эффективные технологические механизмы для отслеживания и идентификации пользователей на различных устройствах.

Постепенно технологии, отработанные коммерческими рекламодателями и позволяющие поднять уровень узнаваемости и принести конверсии рекламы в продажи, стали использоваться командами кандидатов в ходе избирательных кампаний.

В Интернете хранится огромный объем данных о каждом пользователе (своеобразный «отпечаток»), сочетание которых дает возможность найти уни-

кального пользователя для передачи политического сообщения по гораздо более комплексным характеристикам, чем социально-демографические признаки. Всю совокупность данных о пользователях сети, их действиях называют общим термином Big Data («большие данные»), что означает процесс и методы сортировки и анализа структурированных и неструктурированных данных огромного объема (измеряемых в терабайтах), которые непрерывно растут. К таким данным относят действия пользователей Интернет, потоки сообщений в социальных сетях, данные о местоположении и многое другое.

Идентификация пользователя – это совокупность способов получения данных о нем на основе онлайн-активности на компьютере, планшете, смартфоне и других устройствах. Кантор отмечает, что, по сути, это получение от пользователя ответа на вопрос: «Кто ты?»². Эта формулировка делает идентификацию как процесс схожей с концептом идентификационной матрицы, который существует в теории идентичности и был изучен С. Московичи и Т. Шибутани.

Московичи считал, что идентификационная матрица – особая категориальная подсистема в системе знаний субъекта. Она организует множество категоризаций человека относительно самого себя, сортируя, отфильтровывая, сопоставляя между собой разные уровни и акцентуации человека о самом себе. Т. Шибутани описывал идентификационную матрицу как совокупность «Я»-образов, интегрированных в «Я»-концепцию на основе непрерывности опыта и интериоризации усвоенных ранее значений³.

В Интернете процесс сопоставления и хранения таких характеристик пользователя происходит автоматически: задача идентификации – это «узнать» пользователя по различным признакам, а затем сохранить новую информацию о его действиях или предпочтениях и сопоставить со старой.

Способы идентификации уникального пользователя можно условно разделить на две группы: технологические и персональные.

К первой группе относятся следующие способы:

1. Cookie («куки») – небольшой фрагмент данных, хранящийся в браузере каждого пользователя. Такие «куки» выставляются на домен сайта, который мы

² Кантор И. Способы идентификации в интернете [Электронный ресурс]. URL: <http://javascript.ru/unordered/id> (дата обращения 12.11.2015).

³ Шибутани Т. Социальная психология. М.: Прогресс, 1969.

посещаем и позволяют впоследствии узнать пользователя при повторном посещении и загрузить о нем всю доступную информацию.

2. Пиксель – невидимое изображение размером 1 на 1 пиксель, отслеживающее действия пользователей на сайте (заход на страницу, скачивание, ввод регистрационных данных, просмотр рекламы и т.д.)

3. IP-адрес (MAC-адрес) – уникальный идентификатор устройства при соединении с сетью.

4. Digital finger print (сетевой отпечаток) – это совокупность различных особенностей устройства (UserAgent), с которого пользователь заходит в Интернет – операционная система, версия, браузер, типа устройства, производитель, различные установленные в браузере плагины, часовой пояс, язык браузера, кодировка, разрешение экрана и т.д.

Считается, что сочетание всего 4 таких уникальных компонентов позволяет в сумме идентифицировать любого пользователя в мире (на самом деле компонентов гораздо больше).

Ко второй группе, которая представляет большой интерес с точки зрения политической коммуникации и рекламы, относятся следующие методы:

1. Сегменты – это узкая категория, к которой относится пользователь в результате различных действий на интернет-ресурсах. Подобных сегментов может быть до нескольких тысяч, и они могут быть довольно узкими. Зачастую сегменты организовываются в виде «дерева», то есть более широкая категория делится на более узкие (Владельцы автомобилей – владельцы электромобилей – владельцы седанов – владельцы конкретной марки и т. д.).

2. История посещения сайтов и приложений. Исследования показали, что пользователь определяется с точностью до 97 % по частому посещению всего 4 уникальных сайтов и приложений⁴.

Сегментный таргетинг, на наш взгляд, в наибольшей степени соответствует вектору идентификационной матрицы, поскольку сегмент – это комплексная характеристика, дающая в сумме некоторую категорию пользователя (например, сегменты «читатель Wall Street Journal», «Бизнес», «ИТ», «B2B» могут в сумме означать категорию «руководитель ИТ-департамента», а сегменты «родительство», «экология», «здоровое питание», «домоводство» – «молодой родитель с экологичным образом жизни»).

⁴ Найден новый способ идентификации пользователей в Сети [Электронный ресурс]. URL: <http://newsland.com/news/detail/id/1011762/> (дата обращения: 12.11.2015).

Ключевой момент здесь, что сегментный таргетинг фиксирует взаимоотношение характеристик пользователя, причем наиболее важными в данном случае будут считаться не социально-демографические (возраст, пол, раса, место проживания), а функциональные характеристики – образ жизни, интересы, профессиональная деятельность.

Это представляется эффективным в области влияния на электоральный выбор пользователей, поскольку с точки зрения концепции экономического голосования Э. Даунса, достаток, уровень жизни и образ жизни (наличие детей, домашних животных, автомобиля, хобби и увлечения) определяют те зоны интересов, относительно которых мы принимаем свое решение (для владельцев собак важны зоны выгула, правила регистрации животных, для любителей рыбалки – регулирование незаконной ловли, наличие чистых водоемов, для родителей – безопасность детей, качество образования и т.д.), а качестве реализации данных политик – за кого мы будем голосовать (перспективное или ретроспективное голосование).

С каждым новым технологическим витком количество уникальных характеристик, дающих в сумме каждого пользователя, увеличивается, компании учатся находить пользователей по ним, например, в настоящее время к таким характеристикам также относят способ набора на клавиатуре (он практически уникален для каждого).

Все ранее отмеченные способы позволяют узнавать и сопоставлять пользователя на различных устройствах – компьютере, планшете, смартфоне, телеприставке и т. д., а затем осуществлять так называемый таргетинг.

Таргетинг – это способ выделения из всей аудитории только целевого сегмента (чаще – нескольких), чтобы показывать рекламу только ему.

Геотаргетинг, например, представляется нам эффективным инструментом для локальных избирательных кампаний, позволяя, во-первых, отсеять географически нерелевантной электорат и не транслировать ему политические сообщения, а во-вторых, сегментировать свой собственный электорат, например, транслируя жителям разных локальных зон разные сообщения.

В сфере политической рекламы таргетинг осуществляется с помощью покупки специальных баз данных с информацией об избирателях и последующим микротаргетингом по ним. Такая практика активно распространена в США, есть целый ряд крупных компаний, занимающихся агрегированием огромного объема данных (datapoints) обо всех гражданах, имеющих право голосовать,

важный момент заключается в том, какие это данные - интерес для таких компаний и команд кандидатов представляют существенные характеристики пользователя (семья, достаток, образ жизни, наличие автомобиля, путешествия), а не возраст, пол или раса. К таким компаниям относятся Cambridge Analytics, Aristotle, Catalyst.

Кроме того, избирательные команды могут покупать данные и у коммерческих провайдеров (Data Management Platforms), которые обычно поставляют данные для сектора онлайн-торговли (данные о покупателях).

Второй источник – это «оффлайн» данные, то есть более формализованные данные об избирателях, например, списки зарегистрированных избирателей и сторонников (Voter Registration Data Base, существующие в каждом штате и содержащие имена и адреса, а также партийную принадлежность граждан), данные прежних и текущих политических кампаний, включающие волонтеров и благотворителей.

В то же время, у команд кандидатов есть свои данные об избирателях, например, посещающих их сайт или приложение (first party data). Сопоставление этих данных дает очень точную целевую аудиторию, которой можно транслировать политические сообщения. Технологически процесс сопоставления данных каждая команда решает по-своему – через ID пользователей Facebook или Twitter или по cookie ID, но чаще этот процесс осуществляется специализированными компаниями.

Если рынок по сбору данных о пользователях, в том числе и избирателях достаточно насыщен, то вопрос анализа и правильного применения такого объема данных пока еще является актуальным и открытым, он лежит в области так называемой datascience. Пока лишь ограниченное число крупных DSP (demand-side platforms), которые управляют рекламными кампаниями на технологическом уровне, предоставляют услуги для политических штабов. На этом рынке начали работать такие коммерческие платформы, как Retargeter⁵, Adroll⁶, так и специализирующиеся только на политических кампаниях, например, SCL-Elections⁷, DSPolitical⁸, GrassrootsTargeting⁹, ElToro и другие.

⁵ Retargeter [Электронный ресурс]. URL: <https://retargeter.com/blog/political-advertising/upgrade-your-database>.

⁶ Adroll [Электронный ресурс]. URL: <http://blog.adroll.com/best-practices/political-retargeting>.

⁷ SCL-Elections [Электронный ресурс] URL: <https://scelelections.com/projects/>.

⁸ DSPolitical. Political targeted digital advertising [Электронный ресурс]. URL: <http://dspolitical.com/>.

⁹ Grassroots Targeting [Электронный ресурс]. URL: <http://www.grassrootstargeting.com/>.

Чем больше объем данных о каждом пользователе и чем более аккуратно они сопоставлены между собой, тем более эффективным будет прогноз поведения пользователей и выбор релевантных рекламных сообщений.

В коммерческой сфере активно используется так называемый ретаргетинг – это «преследование пользователя искомыми продуктами или услугами после того, как он уже ознакомился с ними на сайте или предпринял попытку купить». В ходе президентской кампании 2012 г. команда Обамы активно пользовалась механизмом ретаргетинга, показывая посетителям сайта кандидата рекламу в режиме реального времени. Например, баннеры с приглашением выиграть пригласительный билет на вечер Двух Президентов (вечер с участием Обамы и Клинтона 4 июля 2012 г.) очень активно демонстрировались пользователям различных каналов – на веб-сайтах, в социальных медиа.

Если расширенные данные о пользователе применяются в ходе политических кампаний уже в течение 3–5 лет, то наиболее новаторской опцией является таргетинг по психологическому портрету пользователя, который предлагает Cambridge Analytica¹⁰. Компания использует немного измененную типологию Майерс-Бриггс для психологического профилирования личности, методика которой активно используется службами по подбору персонала и образовательными учреждениями для определения особенностей личности сотрудника/абитуриента¹¹. Суть в том, что был сделан срез по всей базе данных избирателей, о которых есть набор информации, и проведены опросы, содержащие вопросы для выявления психологических характеристик и мотиваций людей. Пример данного опросника располагается на сайте Similar Minds¹², где и проводился опрос. По его результатам пользователи были оценены по особой шкале и отнесены к различным психотипам по критериям экстраверсивности, открытости, сознательности, соглашательства и нервозности; каждая из пяти шкал по мнению создателей этой функции в той или иной мере влияет на процесс принятия решения при голосовании и на политические предпочтения тоже (уровень страха и тревожность, например, с большей вероятностью мотивирует избирателя голосовать за кандидата с силовой, стабильной риторикой и т. д.).

¹⁰ Neurotic? Extroverted? Disagreeable? Political campaigns have an ad for you // Yahoo News [Электронный ресурс]. URL: <https://www.yahoo.com/politics/neurotic-extroverted-disagreeable-political-campaigns-1291656824504374.html> (дата обращения: 12.11.2015).

¹¹ MBTI Basics [Электронный ресурс]. URL: <http://www.myersbriggs.org/my-mbti-personality-type/mbti-basics/> (дата обращения: 02.11.2015).

¹² <http://similarminds.com/bigfive.html> (дата обращения: 18.11.2015).

Их основное утверждение заключается в том, что процесс голосования сопряжен с эмоциями, а не только рациональным выбором. Этот психотип личности совмещается с другими уже собранными данными и позволяет поднять релевантность таргетинга для электората. В настоящее время данную услугу приобрел штаб кандидата в Президенты США от Республиканской партии США Теда Круза¹³.

Отдельный интерес в сфере политической рекламы представляют социальные медиа. Первой сетью, которая ввела специальные настройки рекламных кампаний и таргетинг по политическим взглядам, стал Facebook¹⁴.

Согласно данным NPR в кампании Бена Карсона использовано свыше 240 рекламных постов на Facebook, каждый из которых был таргетирован на разные группы пользователей¹⁵. Люди распространяют о себе много информации в сети, что дает технологические возможности для наиболее точного таргетинга.

Есть несколько способов, которые предусмотрены платформой:

1. Таргетинг по конкретным людям с помощью FB ID или электронной почты, подходит для локальных кампаний, либо для кандидатов с большой базой сторонников. Для создания такой аудитории необходимо загрузить файл с контактами сторонников кандидата (или другой желаемой аудитории) – e-mail, телефоны, FB ID, пользователи, выполнившие определенные действия на сайте или в приложении. Настройками сети установлено ограничение от 20 пользователей, но рекомендуется добавить не менее 100 для релевантного таргетинга. Например, если у кандидата есть база пользователей, которые уже скачивали материалы с его сайта, оформляли подписку или жертвовали средства в фонд, вероятность того, что они используют тот же адрес электронной почты и для регистрации в социальной сети довольно велика.

В настройках при этом можно задать частоту показов определенных рекламных текстов (frequency cap), чередуя сообщения определенным образом. Такая реклама направлена сторонникам, что определяет сами формулировки политических призывов.

¹³ Cruzcampaign paid \$750000 top sychographic profiling [Электронный ресурс]. URL: https://www.washingtonpost.com/politics/cruz-campaign-paid-750000-to-psychographic-profiling-company/2015/10/19/6c83e508-743f-11e5-9cbb-790369643cf9_story.html (дата обращения: 20.10.2015).

¹⁴ Facebook forbusiness [Электронный ресурс]. URL: <https://www.facebook.com/business/a/politics-industry> (дата обращения: 06.10.2015).

¹⁵ Political Campaigns are using Facebook to target you [Электронный ресурс]. URL: <http://www.npr.org/sections/itsallpolitics/2015/10/26/451271794/like-it-or-not-political-campaigns-are-using-facebook-to-target-you> (дата обращения: 07.11.2015).

2. Создание аудитории по образу уже выбранной в качестве целевой – «Похожая аудитория» (look-alike targeting). Facebook с помощью собственного алгоритма, работающего на технологиях машинного обучения, рекомендует пользователей, не сообщая владельцу кампании конкретные имена или ID. Источником может быть ранее загруженная аудитория, либо страница в социальной сети (анализ лайков), либо данные с веб-страницы кандидата/партии, где ранее был размещен специальный пиксель для отслеживания. Это позволяет смоделировать аудиторию, которая по комплексу характеристик похожа на сторонников кандидата. При этом все данные собираются в обезличенном виде на основе данных об истории поведения в социальных сетях и заполнения профиля.

3. Таргетинг по пользовательским характеристикам, указанным в профиле – возраст, пол, география, политические взгляды.

Facebook дает возможность настроить поиск аудитории по следующим признакам:

- География (с точностью до района города или DMA)
- Возраст (диапазон)
- Язык
- Семейное положение и ориентация (предпочтения)
- Образование
- Работа (должность, сфера или работодатель)
- Состав семьи
- Финансовый статус (доход)
- Этническая принадлежность (только для афроамериканцев, испаноамериканцев и азиатов в сочетании с языком)
 - Поколение (X (1960-80-е), Y(1980-2000) или послевоенное(1940-50))
 - Родительство (можно выбрать пользователей с детьми определенного возраста, а также готовящихся стать родителями)
 - События из жизни (недавние события на странице пользователя – рождение ребенка, свадьба, путешествие и т.д.)
 - Политические взгляды (доступен только для США). Диверсификация политико-идеологического спектра в разных странах представляет трудности для наложения единой шкалы взглядов.

Доступны следующие опции – крайние либералы, либералы, умеренные, консерваторы, крайние консерваторы и две категории пользователей, которые

потенциально участвуют в политической жизни (engaged) – консервативные и либеральные. Ко второй категории алгоритм относит участников политических сообществ, а также тех, кто активно жертвует средства на политические кампании.

- Поведение (какую ОС, устройство, браузер использует пользователь, владеет ли страницами или мероприятиями на Facebook, также можно добавить пользователей, вернувшихся из путешествий, либо находящихся в них, что не слишком применимо к политическому таргетингу, однако в этом разделе есть возможность выбрать экспатриантов страны (пользователи, чья страна проживания не совпадает с географией, указанной выше), эта функция более применима к политическим рекламным сообщениям.

- Связи (различные действия пользователей на странице субъекта и в приложениях, их можно как включить, так и исключить, чтобы «достать» новую аудиторию, а также включить таргетинг поклонников других страниц или аккаунтов, например, прямых конкурентов).

- Интересы (формируются из подписок пользователя) – здесь указывается сфера интересов пользователя с разной степенью конкретности (Технологии, Бизнес, Спорт и в рамках каждой категории – ряд более узких сфер).

Отдельно можно рассмотреть таргетинг на блок «Политика и социальные проблемы». В него входят следующие маркеры – армия, благотворительность и общее дело, ветераны, волонтерство, защита окружающей среды, дела общины (сообщества), инновации, политика, религия, право. Следует отметить, что в эту группу попали преимущественно постматериальные акцентуации, что соответствует позиции о том, что в виртуальном пространстве пользователи часто разделяют постматериальные ценности¹⁶.

В целом, Facebook предоставляет мощный инструмент для политического таргетинга, как для крупных политических кампаний, так и для локальных. При этом масштаб аудитории социальной сети (в ноябре текущего года ежедневная аудитория сети достигла 1 млрд человек¹⁷) в сочетании с невысокой стоимостью трафика позволяет судить о высоком уровне потенциальных конверсий рекламы в голоса.

¹⁶ Мартыанов Д. С. Виртуальные ценности: структура, динамика, противоречия // Труды Санкт-Петербургского университета культуры и искусства. 2015. Т. 206.

¹⁷ Ежедневная аудитория Facebook достигла миллиарда человек // Slon.ru [Электронный ресурс]. URL: <https://slon.ru/posts/59109> (дата обращения: 09.11.2015).

Если сравнивать, например, с Twitter, то в микроблоге политический контент регулируется более жестко, учитывая национальные законодательные ограничения (раскрытие информации, дни тишины), кроме того, он помечается специальным фиолетовым маркером¹⁸.

Традиционно политические кампании проводятся с выбором целевых аудиторий по небольшому набору социально-демографических данных – пол, возраст, взгляды, достаток, образование. Сейчас Интернет владеет так называемыми Big Data, «большими данными», которые ежеминутно производят пользователи, оставляя историю своего поведения в Интернете и социальных медиа.

Чем более узко и конкретно сформулировано рекламное сообщение, тем больше у избирателя ощущение, что оно обращено лично к нему. Использование больших данных позволяет очень узко сегментировать аудиторию, моделируя конкретных пользователей, которых может заинтересовать сообщение (Пример, «любители рыбной ловли, женатые, с одним или двумя детьми и заработком \$3000–5000, живущие в городской местности в штате Висконсин»).

Покупка и эффективное использование таких данных о пользователе позволяет донести политические рекламные сообщения до соответствующих избирателей. Это особенно важно для локальных кандидатов с узкой целевой аудиторией.

Кроме того, зачастую таким образом можно достичь лидеров мнений и инсайдеров, которые проявляют активность онлайн, а затем информация будет распространяться по модели снежного кома уже без необходимости дополнительного управления.

В ноябре 2015 г. Facebook запустил специальный вид таргетинга для политической рекламы по так называемым «лидерам мнений» (в оригинале – political influencers), к данному сегменту относят пользователей, которые активно подписываются на политические страницы и мероприятия, делают репосты о них к себе на страницу, затем алгоритм выделяет среди них либералов и консерваторов (пока доступно только такое “простое” разделение). Таргетинг на таких пользователей позволяет рассчитывать, что они помогут распространить информацию о кампании среди своих друзей.

¹⁸ Политические кампании. Правила «Твиттер» [Электронный ресурс]. URL: <https://support.twitter.com/articles/20172320> (дата обращения: 11.11.2015).

Тем не менее, в такой стратегии тоже нужно проявлять осторожность, поскольку, по статистике, многие пользователи блокируют или отписываются от друзей, которые публикуют много политической информации.

В этом случае, интерес представляет еще одна функция Facebook и ряда других ресурсов – «естественная реклама» (native advertising). Это способ подачи рекламного сообщения в более естественной и скрытой форме, когда оно по оформлению и стилю выглядит так же, как и обычный контент сайта, например, как элемент новостной ленты. Так, «естественная реклама» может публиковаться в виде постов на Facebook или сообщений в Twitter, а также распространяться через открытые аукционные площадки (DSP, SSP), которые автоматически будут подстраивать рекламный контент под окружение.

На наш взгляд, следующий логичный шаг в развитии таргетинга в социальных медиа, особенно Facebook, это сопоставление голосования за определённых кандидатов и того, какой контент нравится пользователю (лайк, репост). В настоящее время при анализе интересов или предпочтений пользователя учитываются преимущественно данные, которые декларируют о себе сами пользователи, и история их перемещений в сети.

Шаг в сторону такого анализа был сделан создателями технологии Apply Magic Sauce из Кэмбриджского университета¹⁹, который предоставляет исследователям открытый API, позволяющий оценивать предпочтения пользователей Facebook по ряду показателей, анализируя структуру их лайков и репостов и сопоставляя с другими данными в зависимости от цели. Данная модель использует данные более чем 6 миллионов аккаунтов, чтобы выявить наиболее релевантные комбинации характеристик пользователя (пол, интересы, религия, политические взгляды, тип личности, ориентация, семейное положение и другие) в так называемых персентелях (с какой вероятностью пользователь относится к той или иной категории).

Если 3–5 лет назад преимущества big data использовались только в федеральных кампаниях, например, при выборах Президента США, то сейчас практически каждая локальная команда приходит к этому в той или иной мере. Причем, на наш взгляд, трансляция рекламных сообщений и влияние на подходящую аудиторию для локальных кампаний (уровень города, района, судебного

¹⁹ Apply Magic Sauce Prediction API. [Электронный ресурс]. URL: <http://applymagicsauce.com> (дата обращения: 01.11.2015).

округа для судебной власти) представляет даже большую эффективность, поскольку цена каждого голоса выше.

Нам удалось установить, что, во-первых, в Интернете существует огромное количество данных о пользователях (потенциальных избирателях) – открытых и закрытых, которые можно использовать как с целью транслировать политические сообщения наиболее «конвертируемым» в сторонники пользователям, так и для трансляции информации своим сторонникам и их друзьям, во-вторых, проанализировав существующие на рынке компании, осуществляющие услуги в области политической интернет-рекламы, можно сделать вывод о том, что спектр компаний, которые торгуют данными об избирателях в Интернете, достаточно широк, и кандидаты в США пользуются их услугами на разных уровнях избирательного процесса.

Если сопоставить наиболее эффективные способы идентификации пользователя в Сети с концепцией идентичности и электорального выбора, можно утверждать, что отнесение пользователей к различным сегментам (сегментный таргетинг) релевантен концепции идентификационной матрицы, поскольку позволяет установить взаимоотношение различных характеристик пользователя и соединить их в какое-то новое качество, по которому затем возможно осуществлять поиск пользователя для показа рекламы.

В настоящее время люди все больше стремятся защититься от масштабной передачи своих данных внешним системам, неслучайно все популярнее становятся TOR-сети для анонимизации соединения, системы блокировки рекламы. Кроме того, по законам большинства стран, пользователь имеет право на opt-out, то есть отказ от передачи его данных рекламным сетям, в таком случае он будет считаться новым пользователем каждый раз, заходя на какой-то сайт. Однако не все сети соблюдают данное право, либо процесс этого «сознательного отказа» усложнен. В ряде стран, например, в Голландии, Испании это право работает в обратном порядке, то есть по умолчанию все пользователи не отслеживаются, пока не нажмут соответствующую кнопку в настройках (opt-in), это связано с более жесткими законами в сфере приватной жизни и защиты информации. Сравнительный анализ открывает перспективы для исследования распространения и сбора большого объема личных данных о пользователе как политической проблеме, связанной с правами человека на личную жизнь. В России пока даже в коммерческом секторе RTB рекламы наблюдается отстава-

ние, большая часть Интернет-рекламы продается напрямую, что затормаживает и развитие политической онлайн-рекламы.

Литература

Бессонова Е. Е., Зикратов А. И. Способы идентификации пользователей в сети Интернет // Научно-технический вестник информационных технологий, механики и оптики. 2012. № 3(79).

Кантор И. Способы идентификации в Интернете. [Электронный ресурс]. URL: <http://javascript.ru/unordered/id> (дата обращения: 12.11.2015).

Мартьянов Д.С. Виртуальные ценности: структура, динамика, противоречия // Труды Санкт-Петербургского университета культуры и искусства. 2015. Т. 206.

Шибутани Т. Социальная психология. М.: Прогресс, 1969.

Brookman D., Green D. Do Online Advertisements Increase Political Candidates' Name Recognition or Favorability? Evidence from Randomized Field Experiments // Political Behavior 36(2): 263–289.

Facebook Ads Advertising for Political Campaigns & Candidates. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.politicalcampaigningtips.com/facebook-ads-advertising-for-political-campaigns-candidates> (дата обращения: 06.10.2015).

Гранатова Юлия Валерьевна
*соискатель кафедры политических наук
Пермского государственного национального
исследовательского университета*

ДИСКУРС КРЫМА В СТРУКТУРЕ РОССИЙСКОЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ НА ПРИМЕРЕ РУССКОЯЗЫЧНОГО СЕКТОРА БЛОГОСФЕРЫ

Annotation

Joining the Crimea and Sevastopol to the Russian Federation became an occasion to review the components of the Russian political identity. The author analyzes the impact of state symbolic policy on the discussion in social media exploring the Russian-speaking sector of the blogosphere. Using the method of Boolean algebra, the author proposes a set of symbols and meanings that stands behind the concept of "Crimea" for Russians, deducing the formula combinations thereof.

Keywords: Russian political identity, social media, discourse, Crimea, Boolean algebra.

В российском медийном дискурсе статус «главного объединяющего фактора» и «эпохального события» получили события марта 2014 г., когда 16 марта 2014 г. в Крыму состоялся референдум, в котором, по официальным данным, приняло участие около 82 % избирателей, из них 96 % проголосовали за вступление в Российскую Федерацию, а 17 марта 2014 г. Республика Крым обратилась с просьбой о присоединении к России. Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) 15–16 марта 2014 г. провел инициативный всероссийский опрос на тему присоединения Крыма, в котором приняло участие 1600 человек в 130 населенных пунктах в 42 субъектах России. По результатам опроса выяснилось, что абсолютное большинство россиян поддерживают присоединение Крыма к России. Об этом заявили 93 % респондентов. А негативно к такому решению Крымского вопроса отнеслись всего 4 % опрошенных²⁰.

© Гранатова Ю. В., 2015

²⁰ Опрос ВЦИОМ: 93% россиян довольны включением Крыма в состав РФ. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.newsru.com/russia/24mar2014/opros.html> (дата обращения: 18.11.2015).

Какое же значение приобрело присоединение Крымского полуострова к России для политической идентичности ее граждан? Какие наборы смыслов и значений, вкладываемых официальным дискурсом в это событие, нашли отклик и поддержку, а какие нет? В данной статье ответы на эти вопросы даны на основании анализа русскоязычного сектора блогосферы. Прежде всего необходимо уточнить, какое символическое наполнение было предложено представителями власти для описания произошедшего события.

В официальном дискурсе можно встретить несколько определений того, чем является Крым для российской идентичности. 18 марта 2014 г. Владимир Путин в своем обращении к членам Совета Федерации, руководителям регионов России и представителям гражданского общества обозначил некоторые из них:

Православие (П)

По словам Владимира Путина, Крым имеет сакральное значение для России, потому что тысячу лет назад там был обращен в христианство князь Владимир: «Здесь древний Херсонес, где принял крещение святой князь Владимир. Его духовный подвиг – обращение к православию – предопределил общую культурную, ценностную, цивилизационную основу, которая объединяет народы России, Украины и Белоруссии»²¹. Эту тему подхватил и Народный фронт Севастополя, называя Крым колыбелью русского Православия²².

Военная доблесть (В)

В речи Путина отмечено, что Крымский полуостров не только имеет важное стратегическое значение для России, будучи главной базой и «родиной русского Черноморского военного флота»²³, но и хранит «символы русской воинской славы и невиданной доблести»²⁴. Оборона Севастополя в Крымскую и Великую Отечественную войны, героические события в Керчи и на Малаховом кургане²⁵ – не столько образцы военного мастерства, сколько яркие примеры проявления патриотизма и самопожертвования.

²¹ Полный текст обращения Владимира Путина по Крыму. [Электронный ресурс]. URL: <https://russian.rt.com/article/24532> (дата обращения: 18.11.2015).

²² Народный фронт «Севастополь-Крым-Россия». [Электронный ресурс]. URL: <http://sevkrimrus.narod.ru> (дата обращения: 18.11.2015).

²³ Полный текст обращения Владимира Путина по Крыму. [Электронный ресурс]. URL: <https://russian.rt.com/article/24532> (дата обращения: 18.11.2015).

²⁴ Там же.

²⁵ Упомянутый на таких мероприятиях, как Круглый стол, на тему «Крым и Севастополь: историческое значение для России», организованный министерством по национальной

Русский мир (Р)

В обращении Президента Крым обозначается как «исконно русская земля»²⁶, а Севастополь – «русский город»²⁷. Основания для такого утверждения Владимир Путин находит в численном перевесе русского населения, подчеркивая, что из 2 миллионов 200 тысяч жителей Крымского полуострова – почти полтора миллиона русских, 350 тыс. украинцев, «которые преимущественно считают русский язык своим родным языком»²⁸, и порядка 290–300 тыс. крымских татар, «значительная часть которых, как показал референдум, также ориентируются на Россию»²⁹. Помимо численного перевеса, аргументом в пользу «русскости» Крыма стало общее историческое прошлое. Как отметил Президент в своем обращении, «мы не просто близкие соседи, мы фактически один народ. Киев – мать городов русских. Древняя Русь – это наш общий исток, мы всё равно не сможем друг без друга»³⁰. Таким образом, обозначены три компонента, три маркера, сигнализирующие о принадлежности к русскому миру: общий язык, общее историческое прошлое и ориентация на Россию.

Поэтому возвращение Крыма охарактеризовано Путиным как возвращение уважения к своей истории, к своей культуре, своему языку³¹. Важно отметить, что расширение временных рамок и обращение к истории Российской империи, позволило определить «исконную русскость» Крыма не как этническую принадлежность, но преимущественно как государственную и культурную. В данном контексте Президент утверждал, что и сама Украина – тоже часть Русского мира и что интересы миллионов русских людей, русскоязычных граждан других стран всегда будут защищаться Россией политическими, дипломатическими и правовыми средствами³². Путин сравнил эту ситуацию с тем положением, в котором находилась германская нация, будучи разделен-

политике Республики Дагестан. [Электронный ресурс]. URL: http://www.riadagestan.ru/news/society/kruglyu_stol_krym_i_sevastopol_istoricheskoe_znachenie_dlya_rossii_provel_minrats_dagestana (дата обращения: 18.11.2015).

²⁶ Полный текст обращения Владимира Путина по Крыму. [Электронный ресурс]. URL: <https://russian.rt.com/article/24532> (дата обращения: 18.11.2015).

²⁷ Там же.

²⁸ Там же.

²⁹ Там же.

³⁰ Там же.

³¹ Крым – это и есть Россия. [Электронный ресурс]. URL: http://karelinform.ru/article/politics/59430/kryim_eto_i_est_rossiya#ixzz3rczBb4sQ (дата обращения: 18.11.2015).

³² Полный текст обращения Владимира Путина по Крыму. [Электронный ресурс]. URL: <https://russian.rt.com/article/24532> (дата обращения: 18.11.2015).

ной на западную и восточную части. Такое сравнение позволило ему легитимировать стремление Русского мира, «исторической России»³³ к восстановлению единства.

Великая держава (Д)

Эйфория от событий в Крыму была вызвана тем, что для многих присоединение Крыма стало «символом полноценности России»³⁴. В своем обращении Путин отметил, что после исчезновения биполярной системы «на планете не стало больше стабильности»³⁵, отсылая слушателей к советскому прошлому, где статус одной из двух «великих держав» позволял гражданам СССР ощущать свою полноценность и даже превосходство. В коллективном сознании россиян образ современной России как страны конкурирует даже не столько с образами других стран, сколько с образом советского прошлого. СССР имел то место в мировой системе отношений, на которое Россия сейчас хотела хотя бы отчасти претендовать. В своем обращении Владимир Путин подчеркивал, что Россия – это «самостоятельный, активный участник международной жизни»³⁶, у неё, как и у других стран, есть национальные интересы, «которые нужно учитывать и уважать»³⁷. Именно в этом контексте возвращение Крыма – символ возрождения былого величия страны, страны, способной отстаивать свои национальные интересы на международной арене: Крым – «это наше общее достояние и важнейший фактор стабильности в регионе. И эта стратегическая территория должна находиться под сильным, устойчивым суверенитетом, который по факту может быть только российским сегодня»³⁸. Возвращение Крыма, по словам Путина, вызвало «ощущение самоуважения»³⁹ и коллективную радость от осознания величия собственного государства.

В заключении Владимир Путин заявил: «в сердце, в сознании людей Крым всегда был и остаётся неотъемлемой частью России. Эта убежденность,

³³ Там же.

³⁴ Народный фронт «Севастополь-Крым-Россия». [Электронный ресурс]. URL: <http://sevkrimrus.narod.ru/> (дата обращения: 18.11.2015).

³⁵ Полный текст обращения Владимира Путина по Крыму. [Электронный ресурс]. URL: <https://russian.rt.com/article/24532> (дата обращения: 18.11.2015).

³⁶ Полный текст обращения Владимира Путина по Крыму. [Электронный ресурс]. URL: <https://russian.rt.com/article/24532> (дата обращения: 18.11.2015).

³⁷ Там же.

³⁸ Там же.

³⁹ Крым – это и есть Россия. [Электронный ресурс]. URL: http://karelinform.ru/article/politics/59430/kryim_eto_i_est_rossiya#ixzz3rczBb4sQ (дата обращения: 18.11.2015).

основанная на правде и справедливости»⁴⁰. Эта ценностная установка противопоставляет «правду и справедливость» международному законодательству, обозначая их как некий высший закон, сакральную истину, постичь которую способен только русский народ.

Выделенные смыслы использованы в качестве единиц поиска для контент-анализа русскоязычной блогосферы, чтобы выявить, какой отклик имели послы официального дискурса в социальных медиа. В качестве источников использована выборка блогов за 18 марта 2014 года по версии Google.blogs, поскольку в день обращения Президента эта тема была наиболее актуальной. Блоги анализировались как рассказы о присоединении Крыма, содержащие те или иные единицы анализа, через которые может быть концептуализировано восприятие автором данного события.

В выборку Google.blogs попала 101 блоговая запись, сделанная в этот день с тэгом «Крым». Положительную оценку произошедших событий несли 60 из них, 16 – отрицательную и 25 – нейтральную. Одной из наиболее часто используемых единиц стала «Великая держава».

Большое количество блогов, в которых авторы рассуждают об экономическом эффекте от присоединения полуострова, побудило добавить в анализ еще одну переменную – Экономика.

Сочетание различных переменных и их значений составило основной список факторов, определяющих положительное или отрицательное отношение к факту присоединения полуострова. Анализируя эти сочетания, можно оценить значение для российской идентичности данного события.

Для второго этапа анализа использован метод Булевой алгебры – алгебры логики. Смысл использования алгебры логики в сравнительном качественном исследовании состоит в том, что исследователь анализирует эмпирические данные, формализуя их в высказываниях, оцениваемых как ложные (отсутствие качества) или истинные (наличие качества). Таким образом, формализуются причины и следствия явлений, которые затем сводятся в таблицы истин, анали-

⁴⁰ Полный текст обращения Владимира Путина по Крыму. [Электронный ресурс]. URL: <https://russian.rt.com/article/24532> (дата обращения: 18.11.2015).

зируемых путем специальной процедуры минимизации логических выражений⁴¹.

Наблюдаемые в действительности переменные могут быть связаны с каким-либо следствием, но могут и не давать его. Основной аналитической единицей здесь выступает не число примеров, а число типов ситуаций. В нашем случае в качестве переменных выступают те значения, которые Крымский полуостров может иметь в структуре российской идентичности: символ православной веры (П), образец мужества, патриотизма и военной доблести (В), пример объединения Русского мира (Р), возрождение России как империи или великой державы (Д), экономическое бремя или точка развития (Э). Операционализируя переменные, мы придаем им следующий спектр возможных значений:

П – подчеркивание религиозного, сакрального значения Крыма для православия и России;

П – светская трактовка, отсутствие или отрицание православных элементов;

В – патриотизм и самоотверженность в защите Родины, ратные подвиги борцов за Крымские земли;

в – отсутствие упоминаний о героических страницах Крымской истории и ярких примеров патриотизма;

Р – использование словосочетаний «братские народы», русский язык, культура и общее историческое прошлое в качестве объяснений притязаний России на Крымский полуостров и ответного движения со стороны жителей Крыма;

р – не использование тематики культуры, языка, этничности и общей истории в качестве причин объединения территорий, отрицание значимости этих факторов;

Д – обозначение факта присоединения Крыма к России в качестве подтверждения значимости России на международной арене, анализ изменения расстановки сил в системе международных отношений, подтверждения статуса великой державы, а также и возобновления имперских амбиций;

д – отрицание значения фактора Крыма в изменении роли Российской Федерации в мировой политике;

⁴¹ См.:Сморгунов Л. В. Булева алгебра как качественная методология сравнения/ Современная сравнительная политология: учебник. М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2002. С. 114–143.

Э – экономическая трактовка произошедших событий, поиск выгод и приобретений, убытков и возможных прибылей;

э – отсутствие экономического анализа ситуации, возможных последствий для экономики страны и полуострова.

Следствием различных сочетаний мы примем положительную (1) или отрицательную (0) оценку присоединения Крымского полуострова к Российской Федерации.

В результате анализа мы получили 23 типа сочетаний значений переменных, 12 – с положительным следствием, 10 – с отрицательным и 1 – с неопределенным или нейтральным. Вся совокупность сочетаний различных формул для положительной оценки выглядит так:

$1 = пВрДэ + пврДэ + пВрДэ + пвРДэ + пВРДэ + пврДэ + пВрДэ + ПВРдэ + ПвРДэ + пВРдэ + ПВРДэ.$

Большинство случаев (31) описывается формулой «пврДэ», где переменная «Великая держава» не поддерживается наличием других переменных и является при этом достаточной для положительного вывода о событиях в Крыму.

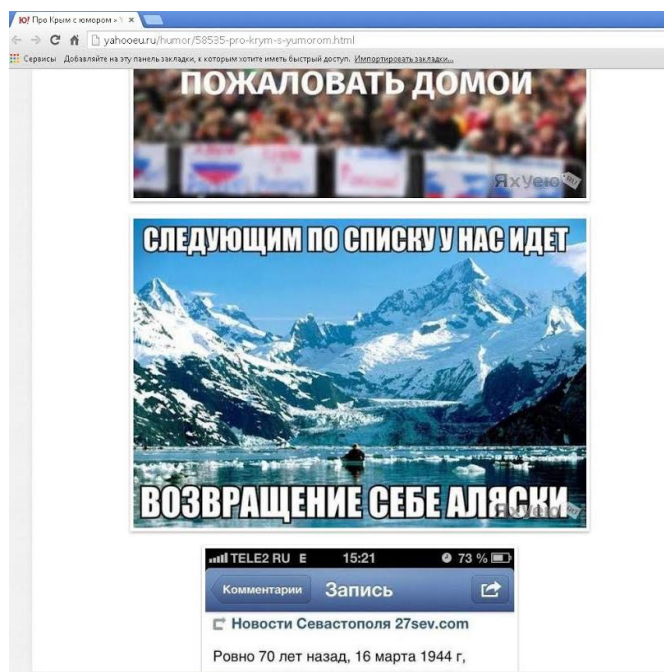


Рис. 1. Возвращение Крыма пробуждает великодержавные амбиции

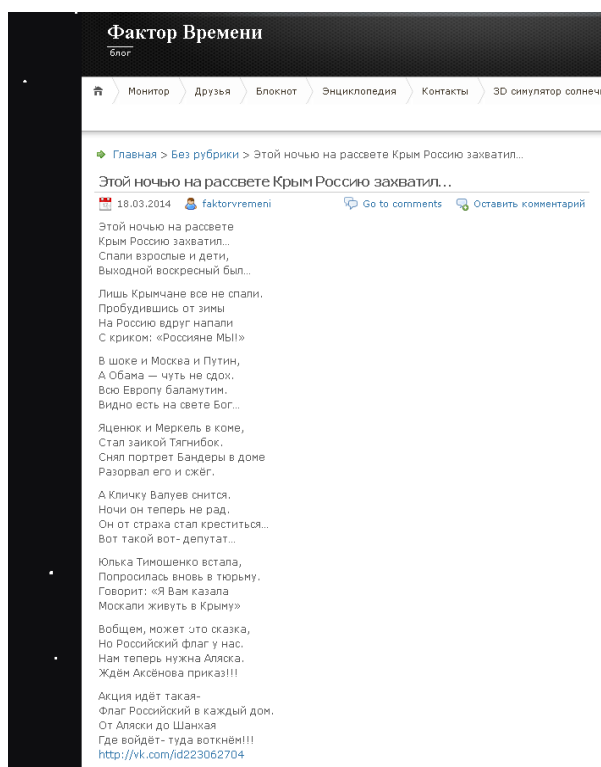


Рис. 2. Песня о присоединении Крыма

Второе наиболее типичное сочетание, описывающее 9 случаев – «пвРДэ», также отмечающее значение фактора «Великая держава», но уже в сочетании с переменной «Русский мир». Оно описывает те блоги, в которых возвращение Крыма в состав России – это символ укрепления «Русского мира» и закономерный итог общего исторического прошлого, родственности народов и общего языка.

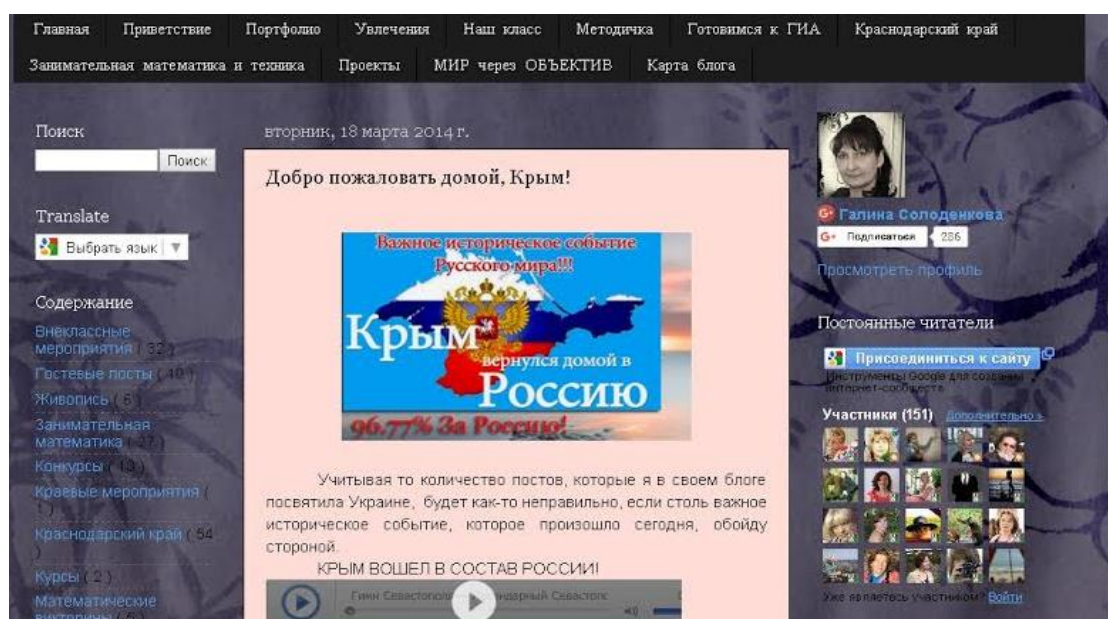


Рис. 3. Возвращение Крыма – важное историческое событие Русского мира

И хотя частота попаданий тех или иных сочетаний значений в положительной оценке событий дает нам возможность для интерпретации факторов «Великая держава» и «Русский мир» как наиболее значимых вкладов Крыма в российскую идентичность, метод Булевой алгебры позволяет выявить не только отдельные факторы, а основные формулы сочетаний переменных приводящих к положительному следствию.

Произведя простую факторизацию всех сочетаний, видно, что общим для них всех является отсутствие экономического анализа ситуации. Это необходимый элемент формулы положительной оценки событий в Крыму.

Убрав экономический фактор за скобки, и проведя минимизацию булевого выражения, мы получаем формулу:

$$1 = Д (п+Р) + В (п+Р) + пР$$

или

$$1 = (п+Р) (Д+В) + пР.$$

Как можно видеть, переменная «Православие», несмотря на то, что играет заглавную роль в послании Президента Российской Федерации, совсем не находит отклика в русскоязычной блогосфере. Этот фактор не является определяющим в структуре российской политической идентичности и хоть он и встречается в ряде блогов, не становится обязательной или необходимой переменной.

Анализ формулы позволяет утверждать, что необходимым условием положительной оценки Крымских событий является наличие таких переменных, как «Великая держава» или «Военная доблесть». Присоединение Крыма к России для многих стало поводом особой гордости за страну, которая впервые с момента распада Советского Союза приобрела, а не потеряла территории, тем более это важно потому, что Севастополь – это база Черноморского флота России, порт и стратегический объект. Эта переменная может быть заменена и на переменную «Военная доблесть», которая характеризует случаи, описывающие ратные подвиги, патриотизм и самоотверженность тех, кто сражался за Крым на разных этапах его истории: от Русско-турецких до Первой и Второй мировых войн. Эта переменная относится к готовности истинного патриота страны принести в жертву свою жизнь за Великую державу.

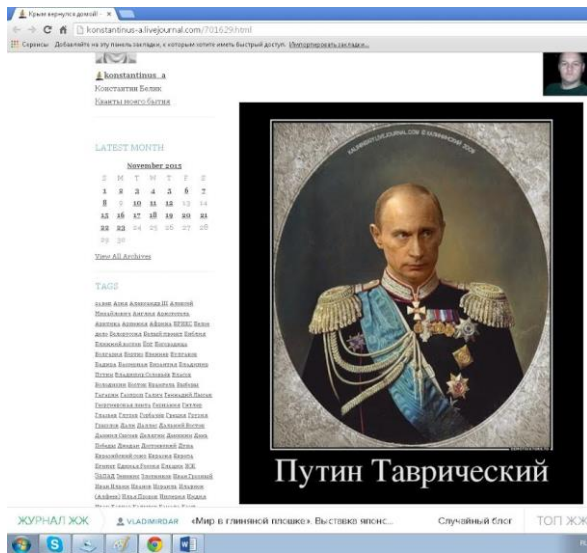


Рис.4. Путин Таврический – символ Великой державы, открывшей путь к Черному морю ратными подвигами

3. **Патриотическое.** Реабилитация понятия "русский патриотизм". Отвратно видеть жирующие "беспокойные кансамольские сердца", которые, лобызаясь с публикой известного разлива на своих номенклатурных тусовках (однако для "шир-нар-масс" разыгрывая прямо-таки "непримиримые" телевизионные "сражения" СВАНИДЗЕВ-КУРГИНИДЗЕВ), стали эксплуатировать "патриотизм". Вот и поглядим на какие – пусть даже самые маленькие – жертвы (для себя и своих семей) – вы теперь готовы, "гос. мужи".

4. **Эстетическое.** Полный моральный крах тусовочных "винзаводов" и прочей выморочной "оппозиции с сёмгой". Как прекрасно сформулировал историк С.В. Волков, между прочим жесткий критик путинского режима, "этим людям мысль о том, что Россия увеличивается хоть на кусочек, настолько нетерпима, что безусловно перевешивает [все остальные] соображения. Лучшей для

January 2014 (5)
 December 2013 (32)
 November 2013 (7)
 October 2013 (7)
 September 2013 (5)
 August 2013 (8)
 July 2013 (12)
 June 2013 (21)
 May 2013 (11)
 April 2013 (11)
 March 2013 (8)
 February 2013 (12)
 January 2013 (15)
 December 2012 (9)
 November 2012 (9)
 October 2012 (5)

Рис. 5. Русский патриотизм

Небесный тихоход
 Неупомянутые мотострелки
 Николай II Николай Назаров
 Норвегия Ноябрь Ну погоди
 Ну ОАЭ ОМС ОСОАВИАХИМ
 Оболонская Обсуждение с
 сообществом Овощные блюда
 Огонь Одесса Одесса
 Привоз Рыба Олег Борисов
 Олимпиада
 ОсиСреднеазиатскаяРозин
 Орехов Остров Отдыхе
 СССР Крым Казах Отели
 Турция Европа Отель
 необычный отдых природа
 Офис Офис разговорник юмор
 сленг ПДД ПЕСНИ ПМУ
 ППС Панин Паланов Парад
 Победа Крестная планшета
 репетиция Парад Победы 1945
 Париж Паша Балкер Пекин
 Переславль-Залесский - 380°
 Аэрофотопано Песков Песни
 о ВОВ Пioneры Пирожки
 Писюкное Питаяса правильно
 Питер Плакаты Плес Плес
 Беспредел Медведев Плес
 фото Плес Победа
 Подарок Подарки Полезно
 Полезно знать Помним
 Посадка Пословицы и
 поговорки с картинкой Постная
 кухня Постное Правила
 Праздники Праздники СССР
 Преступность Прикол
 Прошане Просто Прокотуха
 Путешествие Путин РЖД
 Рейтинг Рекламный Ресторан
 Рестораны Ретро Ретро фото
 Рим Робинзон РоссияРок
 империя Россия Руманова



Символ и воплощение обороны Севастополя, Крым – девушка-снайпер, Людмила Павличенко, которая, к концу войны, лишила жизни 309 немцев (в т.ч. 36 снайперов), став наиболее успешной женщиной-снайпером в истории.

Рис. 6. Примеры военной доблести русских в Крыму, актуализированные в день присоединения Крыма к Российской Федерации

Тем не менее, формула показывает, что эти переменные хоть и являются необходимыми, не достаточны сами по себе, для положительной оценки крымских событий они должны идти в сочетании с такой переменной, как «Русский мир», которая в данном случае не только необходимая, но и достаточная переменная.

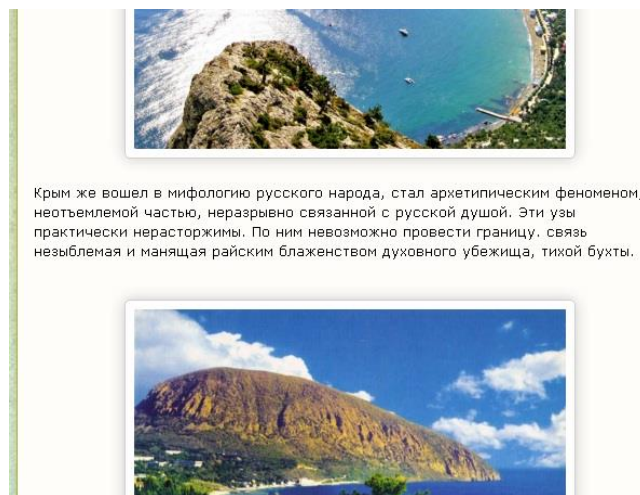


Рис 7. Блогеры подчеркивают связь Крыма с русской душой

Интересные результаты дает анализ сочетаний тех случаев, когда блогеры высказывали отрицательную оценку Крымских событий:

$$0 = \text{пврДЭ} + \text{пвРДЭ} + \text{пвРдЭ} + \text{пврДэ} + \text{пврДЭ} + \text{пвРДэ} + \text{пвРдэ} + \text{пВРдэ}.$$

Так же, как и со случаями положительной оценки, переменная «Православие» не играет той роли, которая озвучивается в послании Президента, более того, светская интерпретация событий, отрицание значимости православия для вклада Крыма в российскую идентичность – это необходимое условие всех случаев отрицательной оценки присоединения Крыма:

$$0 = \text{п} (\text{врДЭ} + \text{вРДЭ} + \text{вРдЭ} + \text{врДэ} + \text{врДЭ} + \text{вРДэ} + \text{вРдэ} + \text{ВРдэ}).$$

Проведя процедуру минимизации выражений, получаем итоговую формулу сочетания значений переменных для отрицательной оценки Крымского кейса, которую можно записать так:

$$0 = \text{в}(\text{Э} + \text{Д} + \text{Р}) + \text{Рдэ}$$

или так:

$$0 = \text{в} (\text{Э} + \text{Д}) + \text{Р}(\text{в} + \text{дэ}).$$

Главное отличие от блогов с положительной оценкой заключается в том, что здесь одно из необходимых условий – это оценка событий в терминах эко-

номики. Вопрос «Крымского бремени» чрезвычайно тревожит многих авторов постов, которые видят в присоединении необдуманый политический шаг, способный обернуться экономической катастрофой для всей России. Эта тревога усиливается и вторым фактором – великодержавными амбициями. Так же, как и в кейсах с положительной оценкой, этот фактор является необходимым, но здесь он приобретает другую окраску: восстановление статуса «Великой державы» оценивается как имперские амбиции России, нарушающие международное право. Термин «присоединение» в таких блогах заменяется на «аннексию», «держава» на «империю», а «Президент» на «Царь» или «Император».

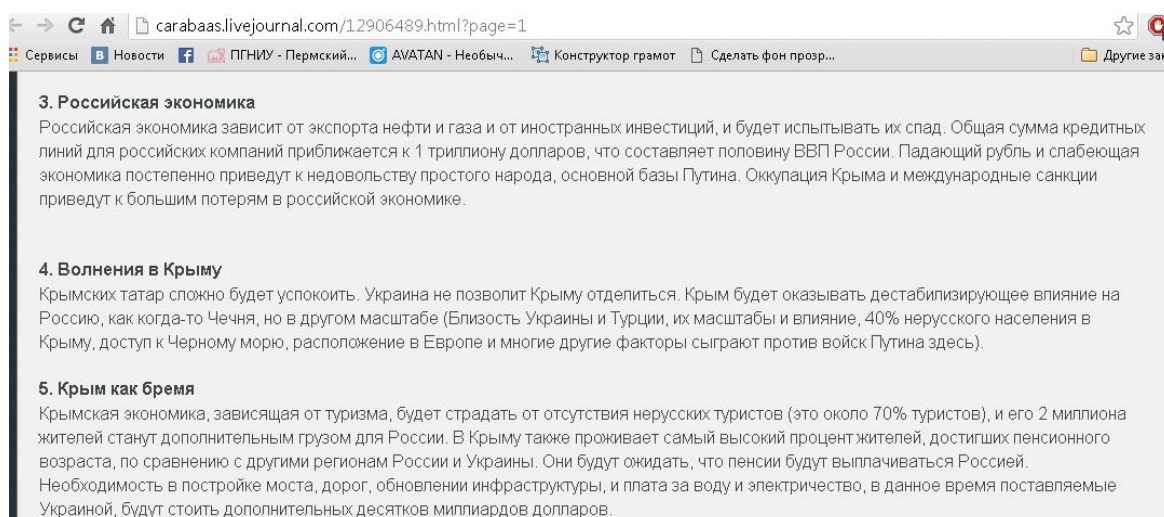


Рис. 9. Бремя Крыма

В аналогичном ключе используется и переменная «Русский мир»: общее историческое прошлое, схожесть языков и большой процент русского населения воспринимаются как предлоги для дальнейшей экспансии России в отношении бывших социалистических республик. Индикатором смены полюса переменных «Великая держава» и «Русский мир» становится отсутствие в блогах с отрицательной оценкой такой переменной, как «Военная доблесть», предполагающей патриотическую оценку ситуаций.

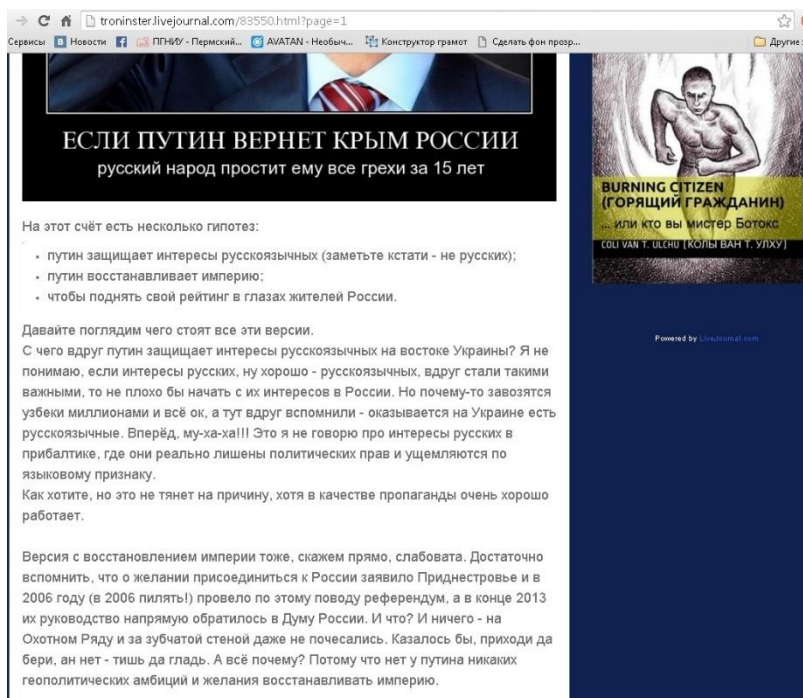


Рис. 8. Смена полюса переменных «Великая держава» и «Русский мир»

Изменение политических границ государства, включение в состав макрополитического сообщества новых территорий всегда влечет за собой изменения в идентичности граждан государства. Присоединение Крыма и Севастополя к Российской Федерации явилось значимым событием для жителей России, ставшим причиной как подъема волны патриотизма, так и критики, не только внешней, но и внутренней. Проведенное исследование дискурса Крыма в русскоязычной блогосфере показывает, что положительные оценки данного события во многом вызваны эмоциональными факторами: желанием принадлежать стране, выступающей значимым игроком на международной арене, и ностальгией по роли СССР в мире. Первое в истории современной России расширение территории вызвало эйфорию и подъем патриотических чувств, которые наложились на память о военных подвигах. Такой ракурс не оставляет места для рассуждения об экономической составляющей события, переориентируя взгляд на позитивные стороны возникшего единения. Появление же в блогах первых приближений экономического анализа ситуации диаметрально противоположно влияет на исход оценки события. Неутешительные выводы по экономической ситуации заставляют и по-другому посмотреть на статус «Великой державы» несущей за собой не только уважение, но и бремя социальных и экономических обязательств перед жителями новых территорий. Апелляция к общему историческому прошлому, родству народов и русскому языку при такой пози-

ции рассматривается как повод для дальнейшей экспансии, что тоже не получает положительной оценки. Переменная «Православие» не оказалась значимой ни для сторонников присоединения Крыма и Севастополя, ни для противников, что может объясняться тем, что общие страницы истории Крымского полуострова и России имели значительные периоды светского правления, выпавшего на период СССР – момента наибольшей и ближайшей ассоциации Крыма с Россией. Таким образом, главный компонент, привнесенный Крымом в российскую политическую идентичность, - это статус «Великой державы». По крайней мере, именно этот посыл уловили социальные медиа из официального дискурса лучше всего, дав в большинстве своем положительную оценку всему ходу событий.

Литература

1. Большинство граждан РФ считают Крым российской территорией // Известия. 2014. 21 фев. [Электронный ресурс] URL: <http://izvestia.ru/news/566276> (дата обращения: 18.11.2015).
2. Круглый стол на тему «Крым и Севастополь: историческое значение для России», организованный министерством по национальной политике Республики Дагестан. [Электронный ресурс]. URL: http://www.riadagestan.ru/news/society/kruglyy_stol_krym_i_sevastopol_istoricheskoe_znachenie_dlya_rossii_provel_minrats_dagestana (дата обращения: 18.11.2015).
3. Крым – это и есть Россия. [Электронный ресурс]. URL: http://karelinform.ru/article/politics/59430/kryim_eto_i_est_rossiya#ixzz3rczBb4sQ (дата обращения: 18.11.2015).
4. Народный фронт «Севастополь-Крым-Россия». [Электронный ресурс]. URL: <http://sevkrimrus.narod.ru> (дата обращения: 18.11.2015).
5. Опрос ВЦИОМ: 93% россиян довольны включением Крыма в состав РФ [Электронный ресурс]. URL: <http://www.newsru.com/russia/24mar2014/opros.html> (дата обращения: 18.11.2015).
6. Петров О. Обстановка в мире и в России //Национальная безопасность и геополитика России. 2003. № 9.

7. Сморгунов Л. В. Булева алгебра как качественная методология сравнения/ Современная сравнительная политология: учебник. М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2002. С. 114–143.

Источники (официальный дискурс)

Полный текст обращения Владимира Путина по Крыму. [Электронный ресурс]. URL: <https://russian.rt.com/article/24532> (дата обращения: 18.11.2015).

Источники (социальные медиа)

1. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://twower.livejournal.com/1239641.html?page=1> (дата обращения: 18.11.2015).
2. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://maxnikitin.livejournal.com/19407.html?page=1> (дата обращения: 18.11.2015).
3. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://aloban75.livejournna.com/621602.html?page=1> (дата обращения: 18.11.2015).
4. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://kungurov.livejournal.com/80884.html?page=1> (дата обращения: 18.11.2015).
5. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://tema.livejournal.com/1627197.html> (дата обращения: 18.11.2015).
6. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://troninster.livejournal.com/83550.html?page=1> (дата обращения: 18.11.2015).
7. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://lubopitniy-1978.livejournal.com/113312.html?page=1> (дата обращения: 18.11.2015).
8. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://dubikvit.livejournal.com/7231.html?page=> (дата обращения: 18.11.2015).
9. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://ant-63.livejournal.com/75345.html?page=1> (дата обращения: 18.11.2015).
10. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://foto-history.livejournal.com/5027849.html?page=1> (дата обращения: 18.11.2015).
11. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://tsvetkovanton.livejournal.com/59854.html?page=1> (дата обращения: 18.11.2015).
12. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://ed-glezin.livejournal.com/725672.html?page=1> (дата обращения: 18.11.2015).
13. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://leonid-martinyk.livejournal.com/129057.html> (дата обращения: 18.11.2015).
14. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://drugoi.livejournal.com/3980059.html> (дата обращения: 18.11.2015).

15. Блог. [Электронный ресурс] URL: <http://xomper.livejournal.com/149328.html?page=1> (дата обращения: 18.11.2015).
16. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://irek-murtazin.livejournal.com/1159741.html> (дата обращения: 18.11.2015).
17. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://blognot.co/11752>(дата обращения: 18.11.2015).
18. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <https://faktorvremeny.wordpress.com/2014/03/18/jetoj-nochju-na-rassvete-krym-rossiju-zah> (дата обращения: 18.11.2015).
19. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://voprosik.net/kak-xrushhev-krym-daril> (дата обращения: 18.11.2015).
20. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.foto-video.ru/practice/pract/65254> (дата обращения: 18.11.2015).
21. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://nords-nisse.livejournal.com/81538.html> (дата обращения: 18.11.2015).
22. Блог. [Электронный ресурс]. URL: http://solodenkovagalina.blogspot.ru/2014/03/blog-post_18.html (дата обращения: 18.11.2015).
23. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.posprikaz.ru/2014/03/ukraina-edva-ne-dovela-krym-do-mezhnacionalnoj-rezni> (дата обращения: 18.11.2015).
24. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://dmitry-korzhov.livejournal.com/445581.html?page=1> (дата обращения: 18.11.2015).
25. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://def.livejournal.com/17646.html> (дата обращения: 18.11.2015).
26. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://friend.livejournal.com/846097.html?page=1> (дата обращения: 18.11.2015).
27. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://nikolay-suslov.livejournal.com/96682.html?page=1> (дата обращения: 18.11.2015).
28. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://urb-a.livejournal.com/6346347.html?page=1> (дата обращения: 18.11.2015).
29. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://eugenyshultz.livejournal.com/542307.html> (дата обращения: 18.11.2015).
30. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://allin777.livejournal.com/264472.html?page=1> (дата обращения: 18.11.2015).

31. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://stalin-ist.livejournal.com/618528.html> (дата обращения: 18.11.2015).
32. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://collection-addons.jimdo.com/2014/03/19> (дата обращения: 18.11.2015).
33. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://pandoraopen.ru/2014-03-19/lisovskij-yu-a-samarin-a-n-ukraina-i-krum-skvoz-dym-informacionnoj-vojny> (дата обращения: 18.11.2015).
34. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://nasha-canada.livejournal.com/1427826.html?page=1> (дата обращения: 18.11.2015).
35. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://krymblog.ru/legendarnyj-sevastopol-gorod-russkix-moryakov-zhdem-vas-v-krumu> (дата обращения: 18.11.2015).
36. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://kamnevn.livejournal.com/4872765.html> (дата обращения: 18.11.2015).
37. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://greeden.livejournal.com/133593.html> (дата обращения: 18.11.2015).
38. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.prikol.ru/2014/03/18/karikatury-pro-krum-i-ne-tolko-16-shtuk> (дата обращения: 18.11.2015).
39. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://umoxen.livejournal.com/51560.html?page=1> (дата обращения: 18.11.2015).
40. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://asaratov.livejournal.com/4450019.html> (дата обращения: 18.11.2015).
41. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://lazar-kr.livejournal.com/790889.html?page=> (дата обращения: 18.11.2015).
42. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://vasneverov.livejournal.com/202495.html> (дата обращения: 18.11.2015).
43. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://yahooeu.ru/humor/58535-pro-krum-s-yumom.html> (дата обращения: 18.11.2015).
44. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://zergulio.livejournal.com/1037775.html> (дата обращения: 18.11.2015).
45. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://ctakan-divanych.livejournal.com/1741321.html> (дата обращения: 18.11.2015).
46. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://plushoma.ru/vestochka-iz-proshlogo-ukrainskij-krum> (дата обращения: 18.11.2015).

47. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://xn--80abbjuadey5bv1e.xn--p1ai/index.php?newsid=281> (дата обращения: 18.11.2015).
48. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://myalexandriya.blogspot.ru/2014/03/s-vozvrashcheniyem-krym-rossiya-vstrechayet-vnov-pribyvshikh.html> (дата обращения: 18.11.2015).
49. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://carabaas.livejournal.com/12906489.html?page=1> (дата обращения: 18.11.2015).
50. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://vg-saveliev.livejournal.com/712432.html> (дата обращения: 18.11.2015).
51. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://esaulov.net/uncategorized/krym-bez-poviorstva> (дата обращения: 18.11.2015).
52. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.meetcom.ru/blogs/zhit-horoshu-a-horoshu-zhit-eschyu-luchshe/sevastopol-krym-rosija-my-vmeste.html> (дата обращения: 18.11.2015).
53. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://kireev.livejournal.com/1006578.html> (дата обращения: 18.11.2015).
54. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://3rm.info/44565-voennaya-tehnika-dvizhetsya-po-ukraine-v-tch-i-na-krym-video.html> (дата обращения: 18.11.2015).
55. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://vestitlt.net/blog/ring/10393.html> (дата обращения: 18.11.2015).
56. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://martinis09.livejournal.com/872961.html> (дата обращения: 18.11.2015).
57. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://natalia-sibir.livejournal.com/155381.html?page=> (дата обращения: 18.11.2015).
58. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://allgrach.livejournal.com/441500.html?page=1> (дата обращения: 18.11.2015).
59. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://inna-budapest.livejournal.com/142201.html> (дата обращения: 18.11.2015).
60. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://senseisekai.livejournal.com/1455705.html> (дата обращения: 18.11.2015).
61. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://desants.livejournal.com/228948.html> (дата обращения: 18.11.2015).
62. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://krasavchik.livejournal.com/181143.html> (дата обращения: 18.11.2015).

63. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://garnach.livejournal.com/313781.html> (дата обращения: 18.11.2015).
64. Блог. [Электронный ресурс]. URL: http://www.mrsgonzo.ru/2014/03/blog-post_19.html (дата обращения: 18.11.2015).
65. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://yuriblog.ru/?p=11654> (дата обращения: 18.11.2015).
66. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://nnils.livejournal.com/1652662.html> (дата обращения: 18.11.2015).
67. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://cyber125.livejournal.com/2215302.html> (дата обращения: 18.11.2015).
68. Блог. [Электронный ресурс]. URL: http://wisawi.blogspot.ru/2014/03/blog-post_6638.html (дата обращения: 18.11.2015).
69. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://qwerty765.livejournal.com/3571333.html> (дата обращения: 18.11.2015).
70. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://bogdan-63.livejournal.com/6513861.html> (дата обращения: 18.11.2015).
71. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://russiantowns.livejournal.com/4023071.html> (дата обращения: 18.11.2015).
72. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://rodion-dementev.livejournal.com/905784.html> (дата обращения: 18.11.2015).
73. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://krasn0ff.livejournal.com/154963.html> (дата обращения: 18.11.2015).
74. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://iov75.livejournal.com/2970447.html> (дата обращения: 18.11.2015).
75. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://juriaalhaz.livejournal.com/400020.html> (дата обращения: 18.11.2015).
76. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://prohogy-i.livejournal.com/144449.html> (дата обращения: 18.11.2015).
77. Блог. [Электронный ресурс]. URL: http://expertbaza.blogspot.ru/2014/03/blog-post_8747.html (дата обращения: 18.11.2015).
78. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://konstantinus-a.livejournal.com/701629.html> (дата обращения: 18.11.2015).
79. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://krispotupchik.livejournal.com/580483.html> (дата обращения: 18.11.2015).

80. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://mountain.crimea.ua/raznoe/stoit-lis-jchas-exat-v-krum.html> (дата обращения: 18.11.2015).
81. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://limonov-eduard.livejournal.com/454195.html> (дата обращения: 18.11.2015).
82. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://tyler-rockbel.livejournal.com/14942.html> (дата обращения: 18.11.2015).
83. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://rus-antiterror.livejournal.com/25619.html> (дата обращения: 18.11.2015).
84. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://bell-mess.livejournal.com/509615.html> (дата обращения: 18.11.2015).
85. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://jasonbourn.livejournal.com/612108.html> (дата обращения: 18.11.2015).
86. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://simple-kot.livejournal.com/277431.html> (дата обращения: 18.11.2015).
87. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://zuhel.livejournal.com/468696.html> (дата обращения: 18.11.2015).
88. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://konan-vesti.blogspot.ru/2014/03/180414.html> (дата обращения: 18.11.2015).
89. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://karber861.livejournal.com/24950.html> (дата обращения: 18.11.2015).
90. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://slabonervnyj.livejournal.com/16574.html> (дата обращения: 18.11.2015).
91. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://seleste-rusa.livejournal.com/772406.html> (дата обращения: 18.11.2015).
92. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://paus144.livejournal.com/38488.html> (дата обращения: 18.11.2015).
93. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://ucmopуockon.livejournal.com/5655429.html> (дата обращения: 18.11.2015).
94. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://a-s-k-e-t.livejournal.com/120281.html> (дата обращения: 18.11.2015).
95. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://moe-net.livejournal.com/1842215.html> (дата обращения: 18.11.2015).
96. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://maks-kutashev.livejournal.com/45053.html> (дата обращения: 18.11.2015).

97. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://eugene771.livejournal.com/1983664.html> (дата обращения: 18.11.2015).
98. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://dedmorozlab.livejournal.com/85173.html> (дата обращения: 18.11.2015).
99. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://golovko.livejournal.com/248973.html> (дата обращения: 18.11.2015).
100. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://bocharik.livejournal.com/544189.html> (дата обращения: 18.11.2015).
101. Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://hackjvc.livejournal.com/785834.html> (дата обращения: 18.11.2015).

Рухтина Екатерина Дмитриевна
*магистрант 2 курса направления «Политология»
Пермского государственного
национального исследовательского университета*

**ВОСПРИЯТИЕ РОССИЯНАМИ 70-ЛЕТИЯ ПОБЕДЫ В ВОВ.
«ПОЛИТИКА ПАМЯТИ» ИЛИ «КОЛЛЕКТИВНАЯ
ИСТОРИЧЕСКАЯ ПАМЯТЬ»?**

Annotation

The author describes the feedback in social media on the identity policy of the Russian authorities regarding the role of Soviet Union in the II World War. She analyzes both collective memory and construction of memory policy in respect of Great Patriotic War. The emphasis is made on the differentiation of answers in social media on the questions: who won the war? Who received profit from the victory? What is the role of USSR and allies in the victory?

Keywords: Great Patriotic War, 70th Anniversary, image of Russia, identity policy, collective memory.

В 2015 г. Россия торжественно отметила 70-летие победы в Великой Отечественной войне, а весь мир – 70-летие окончания Второй мировой войны. Фактически с начала года в СМИ целые информационные рубрики были посвящены событиям войны, было подготовлено и проведено множество мероприятий. Однако, международная обстановка сделала эти торжественные мероприятия скорее полем противостояния и борьбы, нежели праздничными событиями. В западной прессе формировался образ России как захватчика Крыма, врага свободы, и демократии в мировом масштабе. Борьба между политическими акторами развернулась не только на экономической и политической арене, но и в области культурных и символических смыслов. Юбилейная дата победы в войне также становится орудием символов и смыслов в руках противостоящих сторон, что нашло отражение в переписывании учебников, изменении интерпретаций истории. Россия не была приглашена на праздничные меро-

приятия по освобождению Освенцима, а большинство приглашенных глав государств отказались приехать на Парад Победы в Москву. В этом контексте важно выяснить, какое отражение «политика памяти» находит в массовом сознании и как соотносится с исторической памятью общества, которая отстаивается в политическом поле.

Цель данной статьи – определить символическое и политическое значение Великой Отечественной войны и празднования 70-летия Победы в современной России на основе анализа социальных медиа. Известный российский исследователь О. Ю. Малинова⁴² говорит об устойчивой тенденции политического использования прошлого в качестве одного из аспектов «символической политики». Опираясь на концепцию символической борьбы П. Бурдье, под этим термином она предлагает понимать деятельность, связанную с производством различных способов интерпретации социальной реальности и борьбой за их доминирование в публичном пространстве. Рассматриваемая таким образом символическая политика является не противоположностью, а скорее специфическим аспектом «реальной» политики⁴³. Продвигая или поддерживая определенные интерпретации коллективного прошлого, представители властвующей элиты преследуют политические цели, которые не всегда связаны собственно с «исторической политикой»: они стремятся легитимировать собственную власть, укрепить солидарность сообщества, оправдать принимаемые решения, мобилизовать электоральную поддержку, показать несостоятельность оппонентов и прочее. Очевидно, что «пригодность» прошлого зависит не только от преследуемых целей, но и от наличного набора представлений, ассоциируемых с теми или иными событиями или фигурами, которые, в свою очередь, опираются на интерпретации прошлого, циркулирующие в публичном пространстве. Сама Великая Отечественная война и 70-летие победы в этом случае является ярким событием коллективного прошлого, которое конструирует понятие «нас» внутри государства и за его пределами. Безусловно, война является базисным историческим событием, формирующим российскую политическую идентичность.

⁴²Малинова О. Ю. Проблема политически «пригодного» прошлого и эволюция официальной символической политики в постсоветской России. [Электронный ресурс]. URL: <http://politconcept.sfedu.ru/2013.1/09.pdf> (дата обращения: 11.03.2015).

⁴³Малинова О. Ю. Проблема политически «пригодного» прошлого и эволюция официальной символической политики в постсоветской России. [Электронный ресурс]. URL: <http://politconcept.sfedu.ru/2013.1/09.pdf> (дата обращения 11.03.2015).

Широко известны исследования Льва Гудкова⁴⁴ об устойчивом феномене коллективной памяти о войне. Он утверждает, что сегодня мы можем говорить не столько о памяти, сколько о воспроизводстве «памяти»: людей, которые пережили войну, сегодня, осталось не более 6–7%. Победа в войне – самое значительное событие в истории России, как считают ее жители, опорный образ национального сознания. Ни одно из других событий с этим не может быть сопоставлено. В списке важнейших событий, которые определили судьбу страны в XX в., победу в Великой Отечественной войне в среднем называли 78% опрошенных. Причем значимость Победы за последние годы, особенно с приходом Путина, только выросла. Если в 1996 г. на вопрос: «Что у вас лично вызывает наибольшую гордость в нашей истории?» – Победу отмечали 44% опрошенных (самая большая группа ответов), то в 2003 г. таких ответов было уже 87%. Исследователь считает, что сегодня отношение большей части нынешних жителей России к войне обусловлено всем характером советской культуры: оно – продукт пропаганды, школьного образования, общегосударственных ритуалов, огосударствленного искусства, прежде всего – кино и литературы. Фактически, все представления, переживания и знания целого поколения были идеологически обработаны и упакованы профессиональными интерпретаторами, риторически оформлены, и только затем соответствующие конфигурации значений, получившие официальную санкцию авторитетных органов, приобрели статус самой реальности.

Несомненно, коллективная память общества, историческая память является фундаментом идентичности, а конструирование идентичности включает в себя политику памяти – производство социальных представлений о прошлом этого общества⁴⁵. Прошлое является важным ресурсом для легитимации власти, для укрепления идентичности. При этом события прошлого с каждым разом воспроизводятся по-разному, они являются настраиваемыми конструктами реального исторического события, и данный конструкт зависит от того, кто его воспроизводит. В этой связи воспроизводство исторического прошлого происходит с учетом политической ситуации и тех целей, для которых оно воспроизводится. Поэтому с каждым новым этапом развития общества реконструкции

⁴⁴Гудков Л. «Память» о войне и массовая идентичность россиян. [Электронный ресурс]. URL: <http://polit.ru/article/2005/05/08/pamjat> (дата обращения: 11.03.2015).

⁴⁵Малинова О.Ю. Политика памяти в постсоветской России. [Электронный ресурс]. URL: <http://postnauka.ru/video/41333> (дата обращения: 01.10.2015).

могут (и будут) выглядеть по-разному⁴⁶. Но не все исторические события пригодны для конструирования идентичности и политики памяти. Малинова выделяет три критерия политической пригодности событий прошлого⁴⁷:

- Во-первых, события должны быть узнаваемы. Они должны быть известны массовой публике, причем в идеале известны из разных источников.
- Во-вторых, события прошлого должны представлять нас в позитивном свете. Это значит соответствовать определенным культурно закрепленным фреймам, топосам, смысловым схемам, которые имеют позитивную окраску.
- В-третьих, прошлое, которое служит для конструирования макрополитической идентичности, не должно быть предметом борьбы по принципу игры с нулевой суммой, то есть оно не должно интерпретироваться с диаметрально противоположными знаками.

Можно ли говорить, что репрезентация Великой Отечественной войны является проявлением политики памяти? Сложность понимания состоит в том, что нет однозначного ответа и четкого определения соотношения между категориями «политики памяти», исторической памяти, коллективной памяти, исторической политики. Представляется, что политика памяти является частью политики идентичности. Политика является действием людей, определенным конструктом, тогда как историческая память формируется обществом, не являясь результатом действия и развития политических и социальных институтов. *Понятие исторической памяти* рассматривалось многими авторами и употреблялось как совместно с понятием «политика памяти», так и в противоположность ему. В статье «Историческое сознание и историческая память. Анализ современного состояния» Ж. Т. Тощенко отмечает, что «историческая память отражает особую значимость прошлого в тесной связи с настоящим и будущим»⁴⁸. Историческая память в этом случае фактически является сохранением и воспроизводством прошлого исторического опыта общества и государства и позволяет использовать этот прошлый опыт в настоящей деятельности людей.

⁴⁶Хальбвакс М. Социальные рамки памяти. [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/doc2323632_258214101?hash=eff6d55b7619afc728&dl=79d99cd8d34dcac2fd (дата обращения: 14.10.2015).

⁴⁷Малинова О. Ю. Политика памяти в постсоветской России. [Электронный ресурс]. URL: <http://postnauka.ru/video/41333> (дата обращения: 01.10.2015).

⁴⁸Тощенко Ж. Т. Историческое сознание и историческая память. Анализ современного состояния. [Электронный ресурс]. URL: <http://vivovoco.astronet.ru/VV/JOURNAL/NEWHIST/НМЕМ.НТМ> (дата обращения: 28.06.2015).

При этом важно подчеркнуть, что такое значение имеет не вся историческая память, так как акценты делаются на отдельных исторических событиях, которые используются в качестве фундамента идентичности. Акцент делается на тех исторических событиях, которые значимы и показательны для современного политического процесса. В связи с этим нередко историческая память персонифицируется, и через оценку деятельности конкретных исторических личностей складывается модель сознания и поведения человека и общества на современном этапе. Важной особенностью является и то, что историческая память в сознании людей может подвергаться преувеличению исторического прошлого, что так же принимается в пользу политической системы сегодня.

Великая Отечественная война оценивается с точки зрения исторической памяти как значимое событие, так как она связана практически с каждой семьей, и ее последствия повлияли не только на историю нашего государства, но и на мировую историю в целом. Помимо этого, данное историческое событие стало символом, который заключает в себе позитивную коллективную идентичность, когда опыт старших поколений передается поколениям младшим. На сегодняшний день победа в Великой Отечественной войне остается единственной значимой точкой национального самосознания нынешнего российского общества. В связи с этим Великая Отечественная война является фундаментом «коллективной памяти» большинства россиян. Но что будет со следующими поколениями, которые уже не смогут поговорить с ветеранами и сформировать свой исторический образ? Возможно, именно здесь и приходит на помощь *«политика памяти»*, которая в данном случае является действием по внешнему формированию «исторической памяти» для тех поколений, которые в силу дальности этих событий не могут самостоятельно сформировать для себя исторический образ Великой Отечественной войны. При этом, «политика» здесь указывает на то, что речь идет именно о появлении «идеологии прошлого» как таковой, а так же идеологизации самого знания об этом прошлом. «Политика памяти» обращается чаще всего к событиям недавнего прошлого, которые в большей степени поддаются идеологизации, т.к. еще свежи в воспоминаниях людей. Но политика памяти понимается по-разному, например, французские исследователи говорят о «политике памяти» как о власти стереотипов мышления, воздействующих из прошлого на настоящее. «Политика памяти» понимается как стратегия использования образов прошлого в настоящем и их включение в будущее. В такой трактовке «политика памяти» связана с политической

стратегией государства. Она находит свое отражение в официальной истории, которая внедряется, например, через единые учебники. По оценкам ученых, существует феномен «политики памяти» в демократических обществах – «это более широкое явление, чем история на службе политики. Так, П. Рикер⁴⁹ в исследовании «Память, история, забвение» представляет историю и память через непрерывное взаимодействие. Он глубоко убежден, что с памятью необходимо работать и именно это является истинным призванием историков. Благодаря такой работе можно преодолеть ретроспективное видение «прошлого» и превратить «прошлое» в «настоящее», которое и будет живо в нашей памяти.

Важно отметить, что «политику памяти» необходимо отличать от «исторической политики», которая подразумевает сознательное использование истории как инструмента в политической борьбе (как внутренней, так и внешней). Например, когда 9 мая россияне приходят возлагать цветы к Могиле неизвестного солдата – это тоже политика памяти. И когда белорусские школьники оставляют свои любимые игрушки у плит с названиями нацистских «детских лагерей» в мемориальном комплексе «Хатынь» – это тоже политика памяти⁵⁰. Но назвать эти поступки «навязанными» нельзя. Поэтому, к данным действиям, на мой взгляд, больше применим термин «коллективная историческая память», а так же «индивидуальная историческая память». Политические манипуляции и, соответственно, «политика памяти» начинается тогда, *когда происходит конструирование сверху новых исторических фактов, опровержение прошлых, создание новых исторических героев и жертв (выделение автора – Е. Р.)*. Политика государства по формированию и укреплению официальной и «единственной» исторической картины напрямую связана с тем, что историческая память является основой национальной идентичности. Современная международная система развивается в русле многополярного мира и эры глобализации, сближения культур и государств, но, наравне с этими процессами, мы наблюдаем и эффект локализации обществ, где государства все серьезней относятся к «национальным скрепам», и национальной идентичности, что и приводит к необходимости использования «политики памяти».

⁴⁹Рикер П. Память, история, забвение. [Электронный ресурс]. URL: http://www.gumer.info/bogoslov_Buks/Philos/Rik (дата обращения: 28.06.2015).

⁵⁰Дюков А. Ни одно общество в мире не может обойтись без своей политики памяти. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.liberty.ru/groups/Uchitelya/Aleksandr-Dyukov-Ni-odno-obschestvo-v-mire-ne-mozhet-obojtis-bez-svoej-politiki-pamyati> (дата обращения: 28.06.2015).

Российские власти стали активно оперировать символом Великой Отечественной войны. Данное событие подверглось сакрализации, становится символическим ресурсом в руках власти: в учебниках истории с каждым переизданием все больше места отводится разделу о войне; на Красной площади возобновились парады с участием военной техники; 9 мая – красный день календаря; к праздничным мероприятиям активно привлекается молодежь; в СМИ запускается множество массовых проектов о памяти. В 2009 г. была создана комиссия «по противодействию попыткам фальсификации истории» в ущерб интересам России. Сама Великая Отечественная война и 70-летие Победы стали ярким событием коллективного прошлого, которое конструирует понятие «нас» внутри Российского государства и за его пределами.

В последний год понятия «политика памяти» и «историческая память» все чаще употребляются в обществе, как в связи с глубоким политическим кризисом в Украине, так и в связи с осложнением отношений между Россией и США. Ход и итоги Великой Отечественной войны стали пересматриваться, так как данное историческое событие стало орудием в руках государств на символической политической арене. Политолог И. Преображенский⁵¹ говорит о том, что российские власти своей политикой в отношении Украины поставили под сомнение право нынешних российских властей претендовать на их преемственность роли в победе над нацизмом. Он ставит вопрос: «Как провести грань между властями России, которые в глазах европейского истеблишмента уже не выступают в качестве символических преемников победителей нацизма, и обычными российскими гражданами, которые являются не юридическими преемниками, а прямыми потомками тех, кто отдал свои жизни за победу над нацистским режимом в Германии?»⁵².

Таким образом, Великая Отечественная война выступает экстраординарным по значимости символическим событием, оказываясь едва ли не единственным историческим моментом, актуальным для общественной памяти и позволяющим бесконфликтно осуществить самоидентификацию с национальным прошлым. Данная ситуация сопряжена с феноменом «приватизации» Второй мировой войны – в официальной риторике, в используемых символах

⁵¹Преображенский И. Кремль утратил символическое право быть преемником победителей нацизма. [Электронный ресурс]. URL: <http://inosmi.ru/world/20150120/225695886.html> (дата обращения: 11.03.2015).

⁵² Там же.

последняя фактически отождествляется с Великой Отечественной войной. Так, только 8 % респондентов (опрос Левада-Центра, март 2010) согласились с суждением, что 9 мая является «праздником всех стран антигитлеровской коалиции», притом, что народным или государственным – т.е. заключенным в национальных рамках – его сочли 57 % из числа опрошенных⁵³.

Можно ли найти эффект «политики памяти» для рядовых граждан? На мой взгляд, проанализировать тенденции общественности и попытаться уловить настроения и мнения помогут социальные медиа, которые являются площадкой коммуникации людей, местом споров, мнений и суждений.

Для этого автором данной статьи выбраны наиболее популярные ресурсы социальных медиа, которые дают возможность комментировать чужие суждения, высказывать свое мнение, в открытой форме, при этом доступ на данные ресурсы не ограничивается регистрацией или другими рычагами. Были рассмотрены ресурсы, где есть специализированная тематика, с обсуждением не менее 200 сообщений. Так же в выборку попали блоги, где комментарии к автору превышают 100 сообщений. Группы в социальных сетях отбирались тематические и общностью пользователей не менее 300 ч. Таким образом, были отобраны и проанализированы следующие ресурсы:

1. Форумы, расположенные на тематических сайтах, которые непосредственно посвящены истории Великой Отечественной войны и являются наиболее популярными в интернете, при этом, исходя из тематики сайта, обсуждения происходят между заинтересованными сторонами, которые имеют определенную позицию и знания в области истории Второй мировой войны.

Сайт Лотоса

<http://ariom.ru/forum/t23852.html&sid=97210d5065226dea9c9b72d134474189>

Сайт «Общение Е1.ru»

<http://www.e1.ru/talk/forum/read.php?f=58&i=192468&t=192468>

Сайт «Ты победишь»

<http://www.pobedish.ru/forum/viewtopic.php?f=4&t=6659>

Сайт c.news<http://live.cnews.ru/forum/index.php?showtopic=1304>

Сайт «русский форум» <http://masterrussian.net>

⁵³ Тесля А. А. Историческая память о Второй мировой войне в России и Европе. [Электронный ресурс]. URL: http://www.perspektivy.info/book/istoricheskaja_pamat_o_vtoroj_mirovoj_vojne_v_rossii_i_jevrope_2010-05-07.htm (дата обращения: 11.03.2015).

2. Блоги, в которых поднимаются вопросы победы и победителя, даются комментарии по поводу международной обстановки в контексте 70-летия Победы, а к обсуждению подключается достаточно большое количество людей.

Авторский блог Евгения Денисова: <http://edenisov.ru/kto-pobedil-vo-vtoroy-mirovoy-vojne-872.html>.

Блог пользователя Александра Владимировича на ЖЖ:
<http://warhistory.livejournal.com/2345553.html>.

Блог Сергея Никитского на ЖЖ:
<http://nikitskij.livejournal.com/213111.html>.

Яна Андерс блог на ЖЖ: <http://yana-anders.livejournal.com/75783.html>.

Блог <http://ribalych.ru/2014/06/08/kto-pobedil-vo-vtoroj-mirovoj-vojne/>.

Блог Николая Старикова: <http://nstarikov.ru/club/18151>.

3. Специализированные сайты о Великой Отечественной войне, где размещена подробная информация об истории и ходе Второй мировой войны, а посетители сайта могут обсуждать данную информацию.

Сайт «Подвиг народа» <http://www.podvignaroda.ru/?#tab=navHome> .

Сайт «Помни войну» <http://www.pomnivoinu.ru/forum/> .

Сайт «Обозник» <http://www.oboznik.ru/?p=39193>.

Сайт «Фонд исторической перспективы»
http://www.perspektivy.info/history/politika_pamati_v_ukraine_kriticheskiye_zametki_2013-12-05.htm.

4. Новостные ресурсы – сайты СМИ, новостные порталы, где открыта возможность всем пользователям обсуждать опубликованные материалы.

Сайт «Ридус» <http://www.ridus.ru/news/169758>.

Сайт «Эхо Москвы» <http://www.echomsk.spb.ru/blogs/martynov/14007.php>.

Сайт информационного агентства «Стрингер» <http://stringer-news.com/publication.mhtml?Part=39&PubID=83>.

Новостной портал «Бизнес изнутри» <http://www.rb.ru/article/itogi-vtoroy-mirovoy-voyny-glazami-grajdan-raznyh-stran/7329027.html>.

Новостной портал «Newsland» <http://newsland.com/news/detail/id/568492/>.

Сайт ресурса «Вечерняя Москва» <http://vm.ru/news/2015/02/23/ofitsialnij-sajt-prazdnovaniya-70-letiya-pobedi-v-velikoj-otechestvennoj-vojne-nachal-svoju-rabotu-279310.html>.

5. Группы в социальных сетях (ВКонтакте и Facebook), посвященные истории Второй мировой войны:

<https://vk.com/club131231>,

https://vk.com/world_war2,

https://vk.com/2world_war,

https://vk.com/father_war,

https://vk.com/soviet_red_army,

<https://www.facebook.com/groups/232384173452348/?fref=ts>.

Дискуссия в социальных сетях, как оказалось, в основном идет по линии «кто победил» и «кто достоин, быть победителем и праздновать юбилей победы»? (см. Приложение 1)

На основе проанализированных источников можно выделить основные позиции, которые представляются на просторах социальных медиа:

1. Победителем является СССР и союзники

- «Смотрю западные хроники про войну. Ох, и стараются! Если кто неопытный смотрит, тот явно подумает, что победили американцы, что не является правдой»⁵⁴.

- «Расстановка потерь, скорее всего, верна, но это не значит, что западные союзники не сыграли своей решающей роли в Войне. Сомневаюсь, что без морской блокады Германии, без бомбёжек её, без ленд-лиза и распыления немецких сил по 100500 театрам военных действий СССР смог бы справиться с Германией в одиночку»⁵⁵.

- «В Великой Отечественной Войне победил Советский Союз под руководством Сталина и это факт. Всё остальное брехня, распространяемая фальсификаторами истории Млечиным и Сванидзе поддержанные главным борцом с фальсификациями Медведевым. Пора бы уже прекратить коверкание истории и забыть об этих «историках»⁵⁶.

⁵⁴ Новостной портал Newsland. [Электронный ресурс]. URL: <http://newsland.com/news/detail/id/568492> (дата обращения: 11.03.2015).

⁵⁵ Новостной портал Newsland. [Электронный ресурс]. URL: <http://newsland.com/news/detail/id/568492> (дата обращения: 18.05.2015).

⁵⁶ Там же.

- «Присоединюсь к вашей благодарности Сталину. Низкий ему поклон и от меня за спасение страны»⁵⁷.

- «Победила антифашистская коалиция, но решающий вклад в победу внёс СССР, хотя в одиночку мы бы вряд ли справились со всеми странами нацистского блока»⁵⁸.

2. Победу одержал СССР и без особой помощи союзников

- «1) О победе союзников. В отличие от многих высказавшихся хочу отметить, что так называемой общей победы существовать не может. 2) Исходя из ситуации, которая сложилась к концу 1943 года на восточном фронте ясно видно, что Германия уже была обречена. Открытие второго фронта приблизило её гибель на какие-то полгода. 3) Другое дело потери. Конечно же, потери Красной армии ужасны - и это не делает чести ни одному советскому маршалу (особенно мяснику Жукову). Другое дело - мужество, сила и воля народа, который смог найти в себе силы победить врага не смотря на все обстоятельства!!!»⁵⁹.

- «Вообще-то, если взять Францию так она вообще воевала на стороне Германии. Даже Сталин, Рузвельт и Черчилль судили, рядили, кем считать французов? Побежденными или победителями? Англия считала, что побежденными, янки колебались, Союз посчитал, что победителями. Наверное, сейчас французы даже не помнят, что благодаря тирану Сталину они стали победителями в числе прочих»⁶⁰.

- «Победили бы мы в любом случае. С союзниками или без них»⁶¹.

- «Деды выиграли войну, а не Америка. Тут же сказано все сильные части были стянуты против нас, но числом людей мы превзошли, и техника у

⁵⁷ Новостной портал Newsland. [Электронный ресурс]. URL: <http://newsland.com/news/detail/id/568492> (дата обращения: 18.05.2015).

⁵⁸ Форум. [Электронный ресурс]. URL: <http://newplaylist.ru/topics/o-vojne/kto-pobedil-vo-vtoroj-mirovoj-vojne.html> (дата обращения: 20.03.2015).

⁵⁹ Форум. [Электронный ресурс]. URL: <http://newplaylist.ru/topics/o-vojne/kto-pobedil-vo-vtoroj-mirovoj-vojne.html> (дата обращения: 11.03.2015).

⁶⁰ Новостной портал Newsland. [Электронный ресурс]. URL: <http://newsland.com/news/detail/id/568492> (дата обращения: 23.02.2015).

⁶¹ Новостной портал Newsland. [Электронный ресурс]. URL: <http://newsland.com/news/detail/id/568492> (дата обращения: 01.03.2015).

наших была лучше союзнической, и духом наши сильнее союзников и германцев»⁶².

- «Это – правда. Ни одна страна мира не смогла бы продержаться более семи десятков лет, поднимаясь с колен и процветая, вопреки богатой и безжалостной своре псов «мирового порядка»⁶³.

- «Вторую мировую войну выиграла СССР с потерями 26 600 000 человек. Красная армия прошла всю Европу и добила немцев в Берлине. Александр Сагун, как вам не стыдно врать. США со своими союзниками влезли в войну под конец 1943 года и потеряла США: солдат 405 399. В Берлине погибло солдат КРАСНОЙ АРМИИ больше чем за все время войны США против Германии»⁶⁴.

3. Победу одержала вся антигитлеровская коалиция

- «Если брать две страны СССР и Германию, то победил СССР. Но война была не только между ними, весь мир воевал против фашизма. Поэтому, победителей много, в том числе и США».

- «Антигитлеровская коалиция: СССР, США, Великобритания, Франция, Китай, Польша, Австралия, Канада, Югославия, Новая Зеландия»⁶⁵.

4. Победителем являются США и союзники

- «Накануне новой войны, которую хотят развязать российские ястребы, выясним, кто же выиграл Вторую Мировую Войну, развязанную в сентябре 1939 года Сталиным и Гитлером? Ну, разумеется, выиграл самый сильный. А кто был самый сильный? Разумеется, США – половина мирового ВВП, однако! Если еще учесть ВВП Великобритании и прочих, то ВВП СССР был просто ничтожным»⁶⁶.

⁶² Форум. [Электронный ресурс]. URL: http://profrazy.ru/show/tQubd3LILBg/kto_pobedil_vo_vtoroy_mirovoy_voynе_.html (дата обращения: 15.04.2015).

⁶³ Комментарии к статье Дорошенко Н. Кто победил во Второй мировой войне? [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rospisatel.ru/doroshenko-kto%20pobedil.htm> (дата обращения: 22.03.2015).

⁶⁴ Обсуждение в группе ВКонтакте. [Электронный ресурс]. URL: <https://vk.com/club131231> (дата обращения: 16.02.2015).

⁶⁵ Обсуждение на ресурсе Ответы@Mail.ru [Электронный ресурс]. URL: <http://otvet.mail.ru/question/57069842> (дата обращения: 09.03.2015).

⁶⁶ Форум. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.e1.ru/talk/forum/read.php?f=58&i=192468&t=192468&> (дата обращения: 05.03.2015).

- «Во Второй мировой войне выиграли две группы людей: первая – это немецкий народ, а вторая – это Сталин со своим окружением. И проиграли тоже две группы – Гитлер со своей шатъей-братъей и российский народ. Чтобы убедиться в истинности моего утверждения, достаточно посетить хотя бы на пять минут Германию и с десятков российских ветеранов, которых не показали по Первому каналу. Ну и у кого есть повод радоваться победе в войне?»⁶⁷.

- «Экономически победила США, потому что Европа, СССР и прочие государства понесли большие потери и были в разрухе и потом долго восстанавливались, вермахт был уничтожен»⁶⁸.

- «Конкретно во Второй Мировой победил тот, чья валюта стала всемирной по её окончании. Кто создал единственную в XX в. супердержаву, разгромив к концу века всех прочих врагов, и заставил работать на себя весь мир. Тот, для кого Вторая Мировая была всего лишь эпизодом в истории восхождения»⁶⁹.

Анализ данных источников позволяет выявить следующую тенденцию – число тех, кто поддерживает позицию победы СССР, с союзниками и без, превалирует над теми, кто выступает за победу США. При этом, чаще всего, на один комментарий ЗА победу США, приходится несколько (в среднем 3-5) комментариев ПРОТИВ победы США и ЗА СССР. Встречаются среди них и резкие сторонники того, чтобы юбилей победы отмечали только в России, как преемнице победителя – СССР.

Важно отметить, что обсуждение истории Великой Отечественной войны идет в основном в плоскостях споров об «истинных» и «ложных победителях», а также в контексте международной обстановки. Но данные суждения и настроения скорее относятся к «исторической памяти» и «коллективному осознанию», нежели к «политике памяти». Дискуссии в социальных медиа охватывают лишь часть «спорных» вопросов касаясь Великой Отечественной войны и проходят в плоскости итогов, результатов войны, ее восприятия нынешним поколением, как граждан, так и политиков. В целом, данные дискуссии соотносятся с суще-

⁶⁷ Форум. [Электронный ресурс]. URL: <http://em-forum.ru/viewtopic.php?id=3688> (дата обращения: 11.03.2015).

⁶⁸ Блог. [Электронный ресурс]. URL: <http://edenisov.ru/kto-pobedil-vo-vtoroy-mirovoy-voyne-872.html> (дата обращения: 08.03.2015).

⁶⁹ Там же.

ствующей «политикой памяти» и конструированием идентичности в России. Вектор «политики памяти» со стороны государства сегодня направлен в сторону реабилитации советского прошлого, что выражается в поисках символов России именно в советском времени. Новая Россия, современное государство позиционируется не в отрыве от истории СССР, но как единое историческое целое. Так, с 2002 – начала 2003 г. в выступлениях В. В. Путина последовательно появляется идея тысячелетней российской государственности как основы, на которой строится новая Россия, и сегодня данная идея продолжает развиваться⁷⁰. Исторические события, в частности Великой Отечественной войны, на сегодняшний день являются предметом острой политической борьбы и споров, но исходя из анализа социальных медиа, основной вектор борьбы и споров идет по линии «кто победил, а кто проиграл?», при этом участники дискуссии зачастую не располагают основательными историческими понятиями и сводят все к человеческим и экономическим потерям. «Политику памяти» проводит государство, касаясь тех событий, которые наиболее отвечают существующей политической потребности, и происходит это исключительно с прицелом на будущую интерпретацию и легитимность существующей политической власти в обществе.

Особенность «политики памяти» в том, что это в, первую очередь, действия, направленные на оптимизацию и укоренение необходимых смыслов исторического прошлого общества, выраженные в единой стратегии политических акторов и ориентированные на укрепление национальной идентичности.

⁷⁰Малинова О. Ю. Политика памяти в постсоветской России. [Электронный ресурс]. URL: <http://postnauka.ru/video/41333> (дата обращения: 01.10.2015).

Приложение 1



Николай Моисеев

В войне на выживание нет такой вещи, как выгода... тут кто выжил и отстоял свои интересы, то ти прав

1 апр в 0:10 | Ответить

Мне нравится ♥ 1

Комментировать..



Валентин Говорин

Экономически победила США, потому что Европа СССР и прочие государства понесли большие потери и были в разрухе и потом долго восстанавливались, вермахт был уничтожен. Участвующие в войне за золото закупали у США сырьё на нужды войны (листы металла, яичный порошок и т.д.), а они стояли в сторонки и наживались. В конце войны на них напали японцы, и те потеряли несколько десятков тысяч, за что те испытали на их городах атомную бомбу. В итоге на фоне разрухи войны они богатые и сильные, а остальные государства в попе. Разве это не победа?

16 дек 2014 | Комментировать

Мне нравится ♥



Lanius MIs

Я в шоке от того, что некоторые дети на вопрос - кто победил во второй мировой, отвечают - Америка. Прямо злость берет!

19 сен 2014 | Комментировать

Мне нравится ♥ 5



Елена Абашева

они просто просрались со своей линейкой мажино и были в окупе и только не большими силами помогали в войне

22 авг 2014 | Комментировать

Мне нравится ♥ 2



Вячеслав Атласов

Вообще-то, если взять Францию так она вообще воевала на стороне Германии)) Официальная Франция была вишистской:) Даже Сталин, Рузвельт и Черчилль судили рядили, кем считать французов? Победенными или победителями? Англия считала, что побежденными, янки колебались, Союз посчитал, что победителями. Наверное сейчас французы даже не помнят, что благодаря тирану Сталина они стали победителями в числе прочих)))

7 мая 2014 | Комментировать

Мне нравится ♥ 3

Источник: <http://edenisov.ru/kto-pobedil-vo-vtoroy-mirovoy-voynе-872.html>.



ilja

во второй мировой войне не победил ни кто везде пачками гибли люди везде семьи оставались без отцов матерей ато и вовсе вымиралы сжигались произведения искусства разбивались вина которым сотни лет везде тратились миллионы на восстановление после войны слишком много было утрачено чтобы назвать победителя но финансово в проигрыше германия она каждый год выдает компенсации евреям за свои концлагеря

[Ответить](#) [Цитировать](#)

0 2014-05-31 12:47



lessy

Победили высшие державы с экономической точки зрения, а с социальной и нравственной - проиграли: миллионы убитых, миллионы искалеченных жизней. Величие нации ведь не измеряется только экономическими показателями благосостояния, оно также очень зависит от уровня жизни населения. А он был очень сильно подорван. Последствия можем лицезреть до сих пор...

[Ответить](#) [Цитировать](#)

0 2014-05-31 13:09



andrej

=Что касается США, то они просто хорошо себя распиарили, больших сражений они не вели и вступили в войну только когда было известно кто победитель.=
Что касается США, то они вступили в войну 7 декабря 1941г, а в это время еще никому не было известно, кто победит....

[Ответить](#) [Цитировать](#)

0 2014-05-31 13:16



viktor

Вообще, не очень понятна постановка вопроса. Если имеется в виду то, чьими силами достигнута победа над Германией и её союзниками, то это сделал СССР. Русской кровью, как я уже говорил. А вот если имеются в виду наибольшие выгоды от победы над Германией и её союзниками, то, как я уже и писал выше, победили

0 2014-05-31 13:20

Источник: <http://newplaylist.ru/topics/o-vojne/kto-pobedil-vo-vtoroj-mirovoj-vojne.html>.



[Подождем](#) отвечает [Suseren](#) на комментарий 08.10.2010 в 17:28 #

Смотрю западные хроники про войну. Ох и стараются! Если кто неопытный смотрит тот явно подумает, что победили американцы. Например фраза: "2 мая союзники взяли Берлин". Докажите, что неправда - мы же были союзниками США и Англии. Но даже им трудно - в фильме о Рузвельте в конце войны в открытую признают, что Сталин обыграл их по всем направлениям. Хитер был "папаша Джо"! Как его уважал де Голль! Даже когда Хрущев наезжал на Сталина. А украдут у нас Победу когда мы о ней забудем, когда забудем, что Восточный фронт перемолол 3/4 всей силы фашистов, когда умрут последние защитники Отечества.

0

[Ответить](#)

[Пожаловаться](#)



[Suseren](#) отвечает [Подождем](#) на комментарий 09.10.2010 в 9:21 #

Мда... Остаётся, только недоумевать, - почему "...обыгранный по всем статьям...", Рузвельт, не попросился со всеми своими Соединёнными Штатами, под крыло "отца народов", а, "уважавший Сталина...", де Голль не вошёл в состав "социалистического лагеря...", всей Францией... Может быть тогда, "великий и могучий" СССР, не почил бы в бозе, столь бесславно..., а его правопреемница Россия, была бы окружена, не только врагами и недоброжелателями... Вряд ли, такое можно предположить, даже теоретически. Скорее, такое..., можно увидеть лишь в кошмарном сне... И, не надо про "...кражу чужого имущества" в виде "Великой Победы"... СССР, в составе стран, - членов антигитлеровской коалиции, конечно внёс существенную лепту в общую победу, но в конечном итоге, проиграл свою войну Германии, выпрашивая у "поверженных", жратву и одежду для своего "народа-победителя"... Что дала эта "победа" советским людям? Пол Европы, загаженной "соцлагерем", поколения спившихся "победителей", родивших своих детей-дегенератов, абсолютную непригодную лень и бесперспективность? Ну, тогда, - "... Выпьём за Ленина, выпьем за Сталина... Выпьём и снова нальём!"

0

[Ответить](#)

[Пожаловаться](#)



[nick551](#) отвечает [Vova1961](#) на комментарий 08.10.2010 в 19:57 #

Победа она и есть победа! Победитель должен выходить из боя мертвым, чтобы не было войн. А мы живые в путинской России.

0

[Ответить](#)

[Пожаловаться](#)

Источник: <http://newsland.com/news/detail/id/568492>.

Уманец Валерия Дмитриевна
студентка 4 курса направления «Политология»
Пермского государственного национального
исследовательского университета

РОССИЙСКО-ТУРЕЦКИЙ КОНФЛИКТ В КОНТЕКСТЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЫ И ПРОБЛЕМ КОНСТРУИРОВАНИЯ ИДЕНТИЧНОСТИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Annotation

This article was prepared in framework of Political Psychology course for analysis of identity constructing in social media. Author used the context of the conflict between Russian Federation and Turkey in order to describe ways and methods of self-identification and identification of the Other.

Keywords: social media, identity constructing, Russia, Turkey, conflict, image of the Other, identification.

На сегодняшний день становится все более заметно, что социальные сети могут наравне с традиционными СМИ формировать информационную повестку, поскольку они также получают роль информационного медиатора⁷¹. Более того, социальные сети способны менять медиафреймы. Как утверждают некоторые эксперты, они даже способны предоставлять доступ к альтернативным новостям⁷². Как бы то ни было, пока еще нет однозначного ответа об их роли и месте в медийном пространстве.

Важность изучения социальных сетей особенно проявляется в контексте

© Уманец В. Д., 2015

⁷¹Thorndyk J. The Role of Agenda-Setting in Social Media: A Look at the Relationship Between Twitter and the Mass Media's Agenda. Elon University, 2012. [Электронный ресурс]. URL: http://jordanthorndyke.com/work/agendasetting_twitter.pdf. (дата обращения: 03.12.15).

⁷²Grzywiska I., Borden J. The impact of social media on traditional media agenda setting theory – the case study of Occupy Wall Street Movement in USA. University of Warsaw, Poland, University of Florida, USA, 2012. [Электронный ресурс]. URL: https://www.academia.edu/7484515/The_impact_of_social_media_on_traditional_media_agenda_setting_theory._The_case_study_of_Occupy_Wall_Street_Movement_in_USA_in_B._Dobek-Ostrowska_W._Wanta_ed._Agenda_Setting_Old_and_New_Problems_in_Old_and_New_Media_Wroclaw_2012_ss._133-155 (дата обращения: 03.12.15).

конфликтных ситуаций, поскольку именно в них формируется двумерный образ врага, который близок феномену интернет-мема. Мем (англ. meme) – это своего рода единица информационной единица. К феномену «мема» относят идеи, символы, действия определенного характера, которые воспроизводятся в речи, письма, видео, ритуалах, жестах и др.⁷³

Тема данного исследования – *русско-турецкий конфликт в контексте информационной войны и проблем конструирования идентичности*. Как и любой другой конфликт, с одной стороны, этот конфликт ведет к проявлению нетерпимости, росту агрессии, стереотипизации противоположенной стороны, конструированию образа врага. С другой, это проблема, которая оказывает мобилизирующее воздействие на оба общества: российское и турецкое, консолидирует их и возможно ведет к выкристаллизовыванию собственной идентичности.

Информационный контекст

(на материалах «Русской службы ВВС»)⁷⁴

Для того, чтобы погрузиться в содержание российско-турецкого конфликта в контексте социальных сетей, необходимо остановиться на событийном ряде, повлекшем острую реакцию в социальных сетях.

24 ноября турецкий истребитель F-16 сбил над турецко-сирийской границей, российский самолет – фронтовой бомбардировщик Су-24. Оба члена экипажа катапультировались, но один пилот был убит выстрелами местных повстанцев, сирийских туркмен, с земли. Штурман Константин Мурахтин, как сообщила позже Россия, в результате поисково-спасательной операции был эвакуирован на базу российской группировки под Латакией. Как заявили турецкие военные, российский самолёт был сбит после нарушения границ воздушного пространства Турции. Более того, турецкая сторона заявила, что предупреждала членов экипажа о нарушении границ, а когда они не отреагировали, турецкая сторона была вынуждена совершить атаку.

Можно отметить, что Турция еще перед случившимся уже несколько раз протестовала против нарушения её границ самолётами, а также выражала возмущение интенсивными российскими бомбардировками территорий, населен-

⁷³Канашина С.В. Мем как единица передачи культурной информации языковыми и неязыковыми средствами //Вестник Московского государственного лингвистического университета. 2013. № 20 (680).

⁷⁴Вендик Ю., Ренгин А. 10 дней российско-турецкого конфликта. [Электронный ресурс]. URL: www.bbc.com/russian/international/2015/12/151203_turkey_russia_conflict_chronology. (дата обращения: 03.12.15).

ных сирийскими туркменами, поскольку Турция рассматривает их как своих соотечественников. Более того, власти Турции утверждали, что на этих территориях нет и не могло быть боевиков ИГИЛ.

На встрече с королём Иордании Абдаллой II Бен Аль-Хусейном Владимир Путин заявил, что инцидент с самолётом «будет иметь серьёзные последствия для российско-турецких отношений», кроме того, впервые было выдвинуто обвинение в турецком пособничестве терроризму и в участии в торговле нефтью с территориями, подконтрольных Исламскому государству.

Российская сторона объявила, что все военные контакты с Турцией прекращены, российские бомбардировщики теперь будут летать под прикрытием истребителей, противовоздушная оборона российской группировки будет усилена, в частности, крейсером «Москва» с системой ПВО.

Для подтверждения наличия предупреждений турецкая армия обнародовала аудиозапись, на которой, звучали предупреждения, которые были сделаны по радио российскому экипажу. Министерство обороны Турции пригласило российского военного атташе и объяснило, что Су-24 был сбит, так как не отвечал на предупреждения и нарушил границу, после чего турецкий пилот действовал, согласно ранее утверждённым Турцией правилам применения военной силы. Министерство обороны Турции объявило, что было сделано всё возможное для поиска и спасения пилотов.

В то же самое время российские телеканалы обнародовали интервью с человеком, представленным как спасённый штурман Мурахтин. Мужчина, стоящий спиной к камерам, сказал, что самолёт не нарушал турецкую границу и что никаких предупреждений экипаж не слышал. Он также заявил, что неоднократно совершал боевые вылеты в этот район и знает местность, как свои пять пальцев, так что нарушить границу по ошибке они не могли.

Президент Эрдоган заявил, что турецкие пилоты, возможно, действовали бы иначе, если бы знали, что самолёт российский. "Если бы мы знали, что это российский самолёт, то, может быть, мы предупредили бы его как-то иначе", — сказал Эрдоган французскому телеканалу France 24. Эрдоган также сообщил, что хотел бы поговорить по телефону с Путиным, но тот не отвечает на запросы о беседе.

Вскоре министерство образования и науки России разослало вузам предписание прекратить сотрудничество с Турцией. Депутаты Мосгордумы сказали

журналистам, что подумают о запрете турецких сериалов на телевидении. В. Путин подписал указ о санкциях против Турции. Санкции будут включать эмбарго на товары, ограничения на работу турецких фирм, запрет на продажу туров, приостановку безвизового режима, запрет на чартерные рейсы, усиление контроля за турецкими дальнобойщиками и судами в Чёрном море. Глава Ассоциации туроператоров России Майя Ломидзе объявила, что продажа путёвок в Турцию полностью прекращена. Министерство образования объявило, что все российские студенты, находящиеся в Турции по обмену, будут срочно возвращены в Россию.

Президент Эрдоган отмёл обвинения теперь уже со стороны Министерства обороны России в том, что он лично и его родные замешаны в торговле нефтью с территорий, подконтрольных ИГ, и выступил с ответными обвинениями.

Поздним вечером представители Иракского Курдистана заявили, что нефтевозы, которые российское минобороны приписало экстремистской группировке «Исламское государство», на самом деле принадлежат им.

Для проведения анализа реакции на эти события в социальных сетях были выбраны Facebook и ВКонтакте. Обе они предполагают регистрацию на сайте для того, чтобы получить пользовательский профиль. Профиль предусматривает возможность наличия таких опций, как «друзья», обмен сообщениями, публикацию фотографий. Кроме того, пользователи могут присоединяться к группам по интересам, создавать события, посты (публикации), использовать хештеги.

Для анализа российско-турецкого конфликта были отобраны сообщества «Contryballs», которое существует как в ВКонтакте, так и в Facebook. «Contryballs» также известны как «Polandball» – это мем, созданный британским пользователем «FALCO» в сентябре 2009 года. Данный мем представляет большое число онлайн комиксов, где страны представляются в виде шарообразных персонажей с флагами разных стран, которые воспроизводят национальные стереотипы, последние новости, модели международных отношений и исторические конфликты.

Данная работа базируется на материалах двух самых крупных сообществах «Contryballs» в ВКонтакте и на Facebook.

Countryballs⁷⁵https://vk.com/countryballs_re.

Countryballs⁷⁶<https://www.facebook.com/Countryballsx/?fref=ts>.

Были исследованы все публикации, относящиеся к российско-турецкому конфликту, сделанные в период с 30 ноября до 3 декабря 2015 в данных группах.

В Facebook было обнаружено всего лишь три поста, имеющих отношения к исследуемой теме. В ВКонтакте – семь постов и один видеоролик. Каждый из постов был проанализирован с помощью кодбука, включившего 20 параметров.

Кодбук

<i>Название параметра</i>	<i>Объект проверки</i>	<i>Категории</i>
1. Картинка	Прикреплена ли картинка к посту?	1. Да 2. Нет
2. Тема картинки	Какова тема картинки?	1. Милитаризм 2. Мир, обычная жизнь
3. Количество картинок	Сколько картинок прикреплено к посту?	1. 1 2. 2-3 3. 4-6 4. Более 7
4. Число «лайков»	Сколько «лайков» имеет пост?»?	1. Менее 9 2. Более 10, менее 49 3. Более 50, менее 100 4. Более 101, менее 300 5. Более 301, менее 500 6. Более 501, менее 1000 7. Более 1001, менее 50000 8. Более 5000
5. Комментарии	Имеются ли комментарии под постами?	1. Да 2. Нет

⁷⁵Countryballs community. Vkontakte. [Электронный ресурс]. URL: http://vk.com/countryballs_re. (дата обращения: 01.02.2015).

⁷⁶Countryballs community. Facebook. [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/countryballs_re (дата обращения: 01.02.2015).

Продолжение таблицы

<i>Название параметра</i>	<i>Объект проверки</i>	<i>Категории</i>
6. Число комментариев	Как много комментариев содержит пост?	1. Менее 9 2. Более 10, менее 49 3. Более 50, менее 100 4. Более 101, менее 300 5. Более 301, менее 500 6. Более 501, менее 1000 7. Более 1001, менее 50000 8. Более 5000
7. Хэштэг	Имеет ли пост хэштэг?	1. Да 2. Нет
8. Число хэштегов	Сколько хэштегов имеет пост?	1.1 2.2 3.3–5 4. Более 10
9. Число персонажей	Сколько персонажей на картинке (ах)?	1.1 2.2 3.3–5 4. Более 10
10. Провокативность поста	Провоцирует ли пост? (<i>Роль медиа как информационного медиатора</i>)	1. Да 2. Нет
11. Друзья и враги на картинке	Включают ли картинки истории о друзьях и врагах? (<i>Дихотомия «мы» и «они»</i>)	1. Да 2. Нет
12. Природа врага (Россия)	Какова природа врага на картинке? (<i>Дихотомия «мы» и «они»</i>)	1. Злой 2. Умный 3. Глупый 4. Агрессивный

Окончание таблицы

<i>Название параметра</i>	<i>Объект проверки</i>	<i>Категории</i>
13. Природа врага (Турция)	Какова природа врага на картинке? (<i>Дихотомия «мы» и «они»</i>)	5. Злой 6. Умный 7. Глупый 8. Агрессивный
14. Язык поста	Какой язык использовался в посте (<i>Медиа фреймы – доступность медиа</i>)	1. Русский 2. Турецкий 3. Английский 4. Русский и английский 5. Турецкий и английский 6. Другой
15. Специфика языка	Для каких тем использовался иностранный язык? (<i>Медиа фреймы – доступность медиа</i>)	1. Нарратив 2. Эмоциональные \ табуированные слова
16. Характер поста	Какое чувство оставляет пост? (<i>Тип новостей – hard&soft</i>)	1. Шокирует 2. Провоцирует 3. Подбадривает 4. Выражает сожаление 5. Сарказм обозревателя (ирония наблюдателя со стороны)
17. Соотношение с существующими публичными дискурсами	Может ли пост быть соотнесен с существующими публичными дискурсами (государственный оппозиционный\ относящийся к некому движению) (<i>Медиа как четвертая власть</i>)	1. Да 2. Нет
18. Эффект, оказанный на пользователей сети (через комментарии)	Какое влияние пост оказал на аудиторию? (<i>Влияние медиа</i>)	1. Нет (комментариев не содержится) 2. Поведенческая 3. Эмоциональная 4. Когнитивная
19. Образ жертвы в посте	Содержит ли пост образ жертвы? (<i>D. Var-Tal, 2005</i>)	1. Да 2. Нет
20. Роль жертвы	Кто изображен в роли жертвы в посте? (<i>D.Var-Tal, 2005</i>)	1. Россия 2. Украина

Все отобранные посты имели фото; все картинки на Фейсбуке касались военной темы, в ВКонтакте таких было 65%, 35% картинок были не связаны с военной тематикой. На Фейсбуке была одна картинка по сюжету, в ВКонтакте один пост (14.2% от общего объема постов) имел 3 картинки.

Сравнивать число «лайков» в группах затруднительно, поскольку на Фейсбуке число подписчиков равно 22 664, а в ВКонтакте 565 301. То есть при исчислении коэффициента перевода число подписчиков на Фейсбуке будет равно (22 664*24.943). На этом основании можно утверждать, что посты в группах получили примерно одинаковую поддержку. 2\3 постов в Фейсбуке получили 8 (максимально возможное число), 6\7 в контакте также имеют 8. Комментарии оказалось сравнивать еще более затруднительно, поскольку в ВКонтакте на момент проведения исследования комментарии были отключены, поэтому сравнение отклика аудитории в группах не релевантно. Однако стоит отметить, что на Фейсбуке все посты имели комментарии и находились между 9 и 49. Примечательно также, что ни один из постов не имел хэштегов, несмотря на то, что такая опция довольно широко применяется в социальных сетях.

Поскольку персонажи – наиболее значимая единица на изображениях, создаваемых в комиксах типа «countryballs», они также попали в предметное поле анализа. На Фейсбуке были представлены изображения одним, двумя и тремя персонажами. В ВКонтакте 28.5% изображений имели одного персонажа, 14.2% двух, 28.5% трех, два поста не имели персонажей. На Фейсбуке содержание всех постов имело провокативный характер. В ВКонтакте посты провоцировали в 71.5%.

Тема друзей и врагов на изображениях поднималась довольно часто, но доминирующей не была. В 1\3 постов на Фейсбуке эта дихотомия отсутствовала. В 57.1% случаев в ВКонтакте тематика постов не была связана с темой «друзей и врагов». Во всех случаях на Фейсбуке, когда данная дихотомия была обнаружена, Россия изображалась злой, Турция – злой и глупой.



Турция в роли глупого и недальновидного персонажа



Россия в роли агрессора, Турция слабый и глупый персонаж

В ВКонтakte, Россия выглядела злым, но умным персонажем, Турция –

⁷⁷Countryballs community. Facebook. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.facebook.com/Countryballsx/photos/a.1566233800270433.1073741828.1566231376937342/1785165801710564/?type=3&theater> (дата обращения: 03.12.2015).

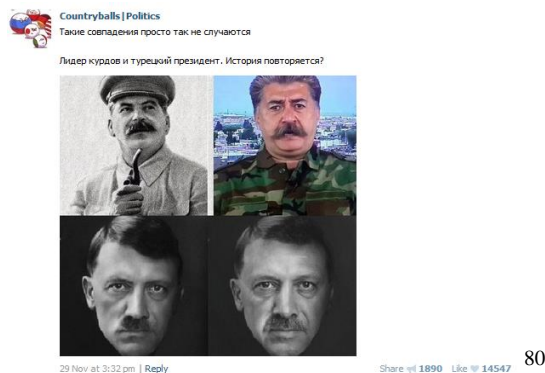
⁷⁸Countryballs community. Vkontakte. [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/countryballs_re?z=photo-67580761_389042741%2Falbum-67580761_00%2Frev (дата обращения: 03.12.2015).

агрессивной и глупой. В отношении языков в контакте наблюдалась абсолютная однородность. Все посты были созданы на русском языке. На Фейсбуке был представлен смешанный вариант (русский с английским), где русский передавал эмоциональную окрашенность слов (междометие). Примечательно, что турецкий не был обнаружен ни в одном из постов.



Пример использования русского языка для выражения эмоциональной окрашенности речи персонажа

В целом большинство постов на Фейсбуке (2\3) были выполнены с позиции «наблюдателя», которые стремились продемонстрировать две агрессивные и недалёковидные стороны. Один пост имел провокативный характер.



Исторический параллелизм как один из способов провокации

71.4% постов в ВКонтакте имели цель спровоцировать аудиторию, один подбадривал и один выступал в роли «обозревателя со стороны».

⁷⁹Country balls community. Facebook. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.facebook.com/Countryballsx/photos/a.1566233800270433.1073741828.1566231376937342/1784809565079521/?type=3&theater> (дата обращения: 03.12.2015).

⁸⁰Country balls community. V Kontakte. [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/countryballs_re?z=photo-67580761_389110245%2Falbum-67580761_00%2Frev. (дата обращения: 03.12.2015).



Типичный пример поста, не имевшего отношения к проблеме «войны и мира», но появившегося в результате российско-турецкого конфликта



Аналогичный пример, не связанный с проблемой войны и мира, но косвенно затрагивающий российско-турецкий конфликт

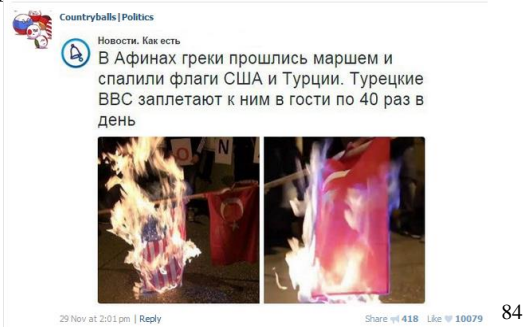
В $\frac{2}{3}$ случаев посты на Фейсбуке можно было соотнести с существующим публичным дискурсом, в ВКонтакте в 57.2% случаев посты соотносились с существующим публичным дискурсом. Например, обвинение Турции в поддержке ИГИЛ.

⁸¹Country balls community. Vkontakte. [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/countryballs_re?z=photo-67580761_389038576%2Fwall-67580761_32527 (дата обращения: 03.12.2015).

⁸²Countryballs community. Vkontakte. [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/countryballs_re?z=photo-67580761_389376429%2Falbum-67580761_00%2Frev (дата обращения: 03.12.2015).



Пост, отражающий обвинение Турции с связей с ИГИЛ (негативное отношение к Турции и ее действиям в других странах)



Пост, отражающий негативное отношение в Греции к Турции и ее действиям



Пост, отражающий обвинение Турции в отношениях с ИГИЛ

Примечательно, что образ жертвы не был распространен ни в ВКонтакте, ни на Фейсбуке. Лишь один пост на Фейсбуке имел подобный характер; в роли жертвы выступала Турция.

⁸³Country balls community. Vkontakte. [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/countryballs_re?z=photo-67580761_389275213%2Falbum-67580761_00%2Frev (дата обращения: 03.12.2015).

⁸⁴Country balls community. Vkontakte. [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/countryballs_re?z=photo-67580761_389045937%2Falbum-67580761_00%2Frev (дата обращения: 03.12.2015).

⁸⁵Country balls community. Vkontakte. [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/countryballs_re?z=photo-67580761_389176297%2Falbum-67580761_00%2Frev (дата обращения: 03.12.2015).



Турция в роли жертвы на фейсбуке

Таким образом, позитивной оценки деятельности Турции не удалось обнаружить ни в одном из постов. Действия российской стороны оценивались позитивно лишь в русскоязычном паблике в ВКонтакте, в то время как англоязычный ресурс (Фейсбук), не находил ничего позитивного в деятельности российской стороны.

Однозначной оценки действий обеих сторон не удалось обнаружить ни в одной из групп, поскольку нейтральным и положительным персонажем выступал лишь Европейский союз. В ВКонтакте, российская сторона была оценена позитивно (как независимый актер на международной арене), однако неоднозначная оценка давалась повседневным проблемам, возникшим из-за разразившегося конфликта, поскольку пользователи выражали недовольство запретом на возможность проведения отдыха в Турции, внезапно ставшей враждебной России.

Примечательно, что образ Турции ни в одном из пабликов не был демонизирован (за исключением одного пока в ВКонтакте, где президент Эрдоган сравнивался с А. Гитлером). Чаще Турция сравнивалась с неразумным ребенком, страусом, неопытным военным. В то время как Россия выступала агрессивным, сильным и бескомпромиссным персонажем (медведь, агрессор с битой, учитель).

⁸⁶Country balls community. Facebook. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.facebook.com/Countryballsx/photos/a.1566233800270433.1073741828.1566231376937342/1785165801710564/?type=3&theater> (дата обращения: 03.12.2015).

В результате, в социальных сетях слабо прослеживается концепт «врага и друга» в контексте российско-турецкого конфликта, поскольку обе стороны (Турция и Россия) не расположены в глазах пользователей на оси «хороший-плохой», и дихотомический подход при рассмотрении данного конфликта оказался нерелевантным.

Грабевник Михаил Владимирович
магистрант 2 курса направления «Политология»
Пермского государственного национального
исследовательского университета

ДИСКУРС ИДЕНТИЧНОСТИ И ПРАГМАТИЧНЫЙ ДИСКУРС В КОНТЕКСТЕ ШОТЛАНДСКОГО РЕФЕРЕНДУМА О НЕЗАВИСИМОСТИ 2014 г.

Annotation

The purpose of the article is to characterize the impact of identity discourse on the solution how to vote on the Scottish Referendum in 2014. Author used a wide spectrum of the Scottish social media to follow the purpose. He considers that the identity discourse was influential on the first stages of Referendum preparation but then pragmatic discourse replaced it.

Keywords: Scottish Referendum 2014, identity discourse, pragmatic discourse, Scottish National Party, Scottish social media.

В современном научном пространстве широко исследованной областью является шотландский регионализм с актуальными темами деволюции, региональной и европейской идентичностей, дискурса идентичности в современной Шотландии⁸⁷. Субъекты [вос-]производства дискурса идентичности в современной Шотландии, их стратегии и их роли представляют популярные в академических кругах вопросы⁸⁸. Несмотря на основательную разработанность проблематики идентичности, в современной Шотландии остается пространство для актуальных научных проблем. Примером является недостаточно рассмотрен-

© Грабевник М. В., 2015

⁸⁷ Напр.: Очерки о европейской идентичности и многокультурности: сборник / под ред. М. Ю. Мартыновой. М.: ИЭА РАН, 2013; Орлов А. Проблема сецессии на современном этапе. На примере Шотландии и Каталонии // Обозреватель-Observer. 2015. № 1; Протопопова Н. Выстраивание национальной идентичности в Шотландии// Вестн. Моск. ун-та. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2012. № 3.

⁸⁸ Ichijo A. Entrenchment of unionist nationalism: devolution and the discourse of national identity in Scotland // National Identities. 2012. Vol. 14, № 1. March; Leith S., Soule D.P.J. Political Discourse and National Identity in Scotland. Edinburgh, Edinburgh University Press, 2012; Zhou-min Y. Understanding identity discourse: a critical and sociolinguistic Perspective // Journal of Multicultural Discourses. 2013. Vol. 8, № 1.

ный фактор публичного дискурса идентичности в его связи с конфигурацией общественного мнения об идентичности в Шотландии. Вопрос идентичности в шотландском обществе стал одним из ключевых на современном этапе развития региона. Последние несколько десятилетий под управлением Шотландской национальной партии интенсивно развивается шотландский регионализм, который достиг пика в сентябре 2014 г. Референдум о независимости Шотландии показал, что шотландцы еще не готовы стать самостоятельным государством и предпочитают развиваться в виде автономии, но в рамках Соединенного Королевства. В этой связи, актуальным представляется вопрос о роли дискурса идентичности в современной Шотландии в процессе принятия политических решений, в частности влияние этого дискурса на решение о независимости.

Референдум о независимости – крупнейшее за последние несколько лет политическое событие в Шотландии (и в Великобритании в целом), в контексте которого дискурс идентичности вновь актуализировался. Референдум, в данной связи, является катализатором проявления дискурса идентичности в современной Шотландии. Решение о принятии/непринятии положения независимого государства гражданами Шотландии тесно связано с дискурсом идентичности и общественным мнением, элементами которых являются актуальные культурные, этнические, экономические, политические вопросы. Безусловно, решение вопроса о независимости Шотландии основывается на понимании шотландцами региональных интересов, но в ходе политического выбора критическое значение принимают только определенные аспекты регионализма. Избирательность в региональных интересах обусловлена необходимостью шотландцев определить вектор будущего развития региона, определить его статус и роль в международном процессе. Одним из основополагающих факторов регионализма в современном шотландском обществе является дискурс идентичности, который представляет существование различных конфигураций идентичности: региональной, национальной и европейской идентичности. Однако, дискурс идентичности не является исчерпывающим фактором принятия решения о независимости Шотландии. Существует достаточно много тем, которые воспроизводятся в современном дискурсе регионализма Шотландии.

В теории критического дискурс-анализа, приверженцем которой является Н. Феркло, дискурс представляет собой один из способов властвования, регуляции отношений субординации социальных и политических акторов. Дискурс определяется как совокупность социальных практик, обладающих семиотиче-

ским содержанием. Дискурсивная практика, согласно данному подходу, определяет воспроизводство социального и политического порядка, и более того, процесс социальной трансформации. Такой критический дискурс-аналитический подход предусматривает исследование, как язык и способ говорения конструируют феномены, а не как они отражают или раскрывают их. В этом смысле дискурс оказывает влияние (конструирует посредством дискурсивных практик) на политический процесс.

Дискурс идентичности в данной статье определяется как дискурс, который конституирует понимание референдума в контексте идентичности шотландского общества. Прагматичный дискурс, наоборот, воспроизводит понимание референдума о независимости как вопрос о политических, экономических, социальных и административных аспектах жизни Шотландии.

Цель данной статьи определить значимость дискурса идентичности в шотландском обществе для принятия людьми решения в вопросе независимости. Анализ дискурсивного пространства строится, исходя из анализа общественного мнения на основе региональных социальных медиа. Для достижения данной цели необходимо выделить доминирующие системы аргументов в шотландском обществе, которые транслируются в дискурсе. Закономерно, что системы аргументов, касающиеся вопроса о независимости Шотландии, разнятся выстраиваемой логикой аргументов. Однако актуальные региональные темы и вопросы, воспроизводящиеся в дискурсе и касающиеся вопроса голосования «за/против» независимости региона, являются сходными, т.к. обобщают региональные шотландские интересы.

Разработанный автором вопросник строится на понимании систем аргументов, используемой тем или иным агентом коммуникации в социальных медиа. Почему шотландцы предпочитают голосовать так или иначе? Почему отдельный индивид является приверженцем того или иного мнения? В чем состоит аргументация положительного/отрицательного голосования на референдуме о независимости Шотландии? Анализ материалов социальных медиа позволяет найти ответы на данные вопросы. Следующая таблица описывает различие в системе аргументов в двух типах дискурсивных практик: дискурса идентичности и прагматичного дискурса.

Система аргументов шотландцев в вопросе о голосовании на Референдуме о независимости 2014 г.

Дискурс идентичности	Прагматичный дискурс
<ul style="list-style-type: none">• Исторические отсылки	<ul style="list-style-type: none">• Политические причины
<ul style="list-style-type: none">• Противопоставление «Мы-Они»	<ul style="list-style-type: none">• Экономические причины
<ul style="list-style-type: none">• Традиционные и культурные маркеры (трансляция в дискурсе преимуществ культурных особенностей)	<ul style="list-style-type: none">• Административные причины
<ul style="list-style-type: none">• Вопросы диаспоры	<ul style="list-style-type: none">• Социальные причины

Мы предполагаем, что в социальных медиа невозможно выделить доминирующего дискурса идентичности, что в немалой степени предопределило исход референдума, тогда как дискурс идентичности на уровне государственной власти склонен к крайним позициям – региональная идентичность на уровне Шотландии, национальная идентичность на уровне Великобритании. Еще одним вопросом в данном исследовании является соотношение дискурса идентичности и прагматичного дискурса в рамках систем аргументов в контексте Шотландского референдума. Соответственно, исходя из данных о доминировании того или иного дискурса, в тот или иной момент времени (от начала кампаний «Вместе лучше» и «Да, Шотландия» до окончания референдума), можно лучше понять, как же дискурс идентичности (и прагматичный дискурс) повлияли на исход референдума о шотландской независимости.

Шотландский референдум в данном исследовании выступает как маркер общественного мнения в целом, и дискурса идентичности в частности. Референдум стал событием, которое повлекло развитие дискурса идентичности (идентичности европейской, союзной и региональной) и прагматичного дискурса. Поскольку референдум актуализирует проблематику дискурса идентичности, он взят за основную координату как контекстуальную, так и хронологическую.

Шотландский референдум 2014 г. стал результатом достаточно долгой борьбы шотландского народа за самоопределение и обретение им независимости от Великобритании. Современный шотландский национализм начал проявляться только в первой половине XX в., хотя Соединенное Королевство образовалось в 1707 г. Такой своего рода «мягкий» национализм продлился вплоть до 1979 г., когда впервые важные решения о самостоятельности и самоуправлении

в Шотландии стали приниматься публично, посредством референдума. Вопрос о создании собственного законодательного органа в Шотландии, который рассматривался на референдуме 1979 г., решился не в пользу национального меньшинства, – для положительного результата требовалась поддержка не менее 40 % населения региона, чего не случилось. Однако такое событие послужило отправной точкой в процессе развития шотландского регионализма. Второй референдум о создании местного органа власти был проведен осенью 1997 г. На этот раз порог явки населения в 40 % был преодолен (44,87 %), а за создание местного парламента проголосовало три четверти избирателей (74,8 %). В следующем году Шотландский акт, подписанный парламентом Великобритании, закрепил установление нового института – Парламента Шотландии, что послужило непосредственной причиной подъема национальных сил. Шотландская национальная партия впервые получила абсолютное большинство в местном парламенте по итогам выборов 2011 г., во многом за счет обещаний гражданам о проведении референдума о политическом суверенитете Шотландии. Сформировав шотландское правительство, в мае следующего года ШНП начала массовую кампанию в поддержку независимости. Несмотря на массовую пропаганду, в итоге Шотландия не обрела независимость, хотя большая часть социологических опросов, проведенных незадолго до этого, давала иной результат.

В контексте шотландского референдума в социальных медиа посредством демонстрации систем аргументов агенты коммуникации воспроизводят дискурсы идентичности и прагматичности. Главное преимущество социальных медиа как источников заключается в их высокой репрезентативности, а удобство метода анализа данных, – своеобразная форма интервьюирования, – позволяет довольно точно проследить элементы дискурса, такие, как система аргументов, ценностные предпочтения и пр. Выбор в пользу таких источников обусловлен еще и тем, что пространство социальных медиа содержит дискурсивные практики среди большой группы населения, включающей как гражданских активистов, СМИ, общественные организации, так и рядовых граждан.

Пул данных, используемых в данном исследовании, во-первых, определяет региональный уровень: в ходе исследования анализированы только шотландские социальные медиа. Во-вторых, данные выбраны в рамках хронологического ограничения, описанного ниже. Акцент в анализе социальных медиа делается на коммуникативную составляющую – комментарии, форумы, беседы,

акции, события. Такие ресурсы можно разделить на медиа, находящиеся в рамках собственной интернет-платформы (автономные сайты, форумы, организационные и правительственные сайты) и базирующиеся на платформе Facebook. В качестве источников представлены ресурсы, принимающие позиции как за независимость Шотландии, так и против, что позволяет говорить об их репрезентативности. Выборка составила 10 источников, среди которых официальные сообщества «Facebook» «Scottish National Party», «BBC Scotland News», «Yes Scotland», «Better Together», а также следующие сайты: «Scotland's Referendum», «What Scotland Thinks», «Yes Scotland», «The Scottish Parliament», «Future of UK and Scotland», «Scotland Now».

Необходимо сказать о хронологических рамках исследования. Так как в фокусе находится событие Шотландского референдума 2014 г., то необходимо определиться, прежде всего, с начальными хронологическими рамками. В данном исследовании отправной точкой послужило Эдинбургское соглашение, когда на совместной встрече премьер-министра Великобритании Д. Кэмерона и первого министра Шотландии А. Салмонда 15 октября 2012 г. был подписан договор об условиях проведения референдума. Конечной же точкой явился Шотландский референдум 18 сентября 2014 г. Однако, учитывая большой пласт источников в данном хронологическом промежутке, был взят срез по 1 месяцу: помимо Эдинбургского соглашения и самого референдума, было выбрано еще две важных события в качестве точек для среза. Первое – это 21 марта 2013 г., когда первый министр Шотландии А. Салмонд во время заседания парламента объявил датой проведения референдума 18 сентября 2014 г. Вторая точка – это 30 мая 2014 г., когда был дан официальный старт агитационной кампании. *Таким образом, хронологическими рамками исследования являются: октябрь 2012 г., март 2013 г., июнь 2014 г., сентябрь 2014 г.*

Стартовая отметка. Октябрь 2012 г.

Первой критической точкой является Эдинбургское соглашение между политическими элитами Лондона и Эдинбурга, которое конституирует условия проведения референдума о независимости Шотландии. Данному событию предшествовали восьмимесячные переговоры между сторонами, и потому оно спровоцировало высокий всплеск публичной активности, в том числе и в социальных сетях. Кроме того, в 2012 г. британский Парламент принял Акт о Шотландии (Scotland Act 2012). В соответствии с данным документом правительству Шотландии были переданы широкие полномочия в финансовой сфере,

наибольший объем полномочий за всю историю Соединенного Королевств – региональные власти получили право, начиная с 2016 г., самостоятельно устанавливать ставку подоходного налога⁸⁹. Таким образом, шотландское общество находилась в 2012 г. в процессе интенсивного развития регионализма, что повлияло на дискурс регионализма.

Дискурс идентичности с начала 2012 г. широко представлен в исследуемых социальных медиа. Региональные социальные медиа, в большинстве своем ресурс «Facebook», изобиловали мнениями об исторической роли Шотландии и роли её в современном мире. В историческом плане шотландцы считают, что им есть, чем гордиться. Их политическая история составляет без малого тысячу лет, традиции 800-летней шотландской монархии сохраняются в шотландской памяти и сегодня. Чрезвычайно важны для шотландцев многочисленные национальные герои, которые всегда стояли на страже Шотландии как автономного региона: король Роберт Первый Брюс, рыцарь сэра Уильяма Уоллеса и др. История является очень важным фактором для региона, а потому, исторический контекст присутствует во многих мнениях и системах аргументов. Так сообщество за независимость «Yes Scotland» наполнено оптимизмом по поводу предстоящего референдума⁹⁰: *«мы не имели голоса более 300 лет, теперь мы можем вернуться к независимости»*⁹¹; *«они (шотландцы) имеют большую историю и гордятся ей – они заслуживают быть свободным»*⁹². Высокая доля исторических аргументов в социальных медиа сфокусирована на защите позиции необходимости отделения Шотландии как исторически самобытной нации. Однако исторические аргументы использовали и сторонники сохранения Шотландии в составе Великобритании: *«люблю Британию и нашу общую историю»*⁹³; *«У нас большая совместная история... мы сильнее вместе и слабее врозь»*⁹⁴. Таким образом, исторические аргументы не являются средством аргументации только

⁸⁹ Scottish rate of Income Tax // HM Revenue and Customs. Mode of Access. URL: www.hmrc.gov.uk/news/scottish-rate.htm (дата обращения: 15.10.2015).

⁹⁰ Здесь и далее оригиналы источников на английском языке представлены с оригинальной пунктуацией и орфографией.

⁹¹ Middleton Alistair. «We scots didnt get a say in the decision to join the union 300 years ago , now we can take back our independence» // Yes Scotland. Facebook.

⁹² Mangamp Jo. «They have its own big history and they're proud about it... They deserve to be Free» // BBC Scotland News.

⁹³ Edmunds Donna Rachel. «I love Britain and our shared history, but if the Scots want to go then let them. They'll find it harder then they think to get along alone» // Better Together. Facebook.

⁹⁴ The Earl of Suffolk. «I think it woud be very sad if Scotland were to leave the UK. We have a large history together. I think we're stronger together and weaker apart» // BBC Scotland News.

сторонников независимости, они также активно используются на первом этапе в отстаивании единства Соединенного Королевства.

Общественное мнение, представленное в социальных медиа в октябре 2012 г., также показывает, что традиционалистские элементы дискурса идентичности сильны, с тем лишь отличием, что наиболее часто их использовали сторонники единства Великобритании (тогда как сторонники независимости не прибегали к таким системам аргументов): «... силы, присягнувшие на верность королеве, – мы, Британская армия»⁹⁵. Нужно подчеркнуть, что традиционализм как элемент аргументации проявляется только в 2012 г., тогда как символические системы аргументов (апелляция к государственной юнионистской символике) растворяются в дискурсе идентичности практически с заключением Эдинбургского соглашения.

Наиболее часто употребляемой системой аргументов в октябре 2012 г. являются отсылки к вопросам шотландской диаспоры и противопоставления «мы-они», а также общие вопросы идентичности. Социологические исследования отмечают, что шотландцы обладают двойной идентичностью: шотландской и британской⁹⁶. Вторая преимущественно проявляется тогда, когда возникают вопросы, связанные с местом и ролью Соединенного Королевства в мире. Что касается «шотландскости» (Scottishness), то она всегда рассматривается в противопоставлении английской идентичности (Englishness). Нужно отметить, что первые шотландские националистические организации рассматривали Англию как «лицо Британии» в контексте культурного и политического угнетения Шотландии. Сегодня в структуре идентификационной матрицы шотландцев присутствует уровень национальной (британской) идентичности, однако он в отличие от регионального уровня этно-лингвистической (шотландской) идентичности не является доминирующим⁹⁷. В целом данную картину подтверждают и материалы социальных медиа.

⁹⁵ Winchester Pauline. «You see the forces swear an oath of allegiance to the Queen - and we are the BRITISH army» // Better Together. Facebook.

⁹⁶ Weber V. Scottish, British, English, European Identities: A Literature Review. [Электронный ресурс]. URL: http://www.sociology.ed.ac.uk/youth/docs/v_webers_lit_rev.pdf (дата обращения: 15.09.2015).

⁹⁷ Who feels Scottish? National identities and ethnicity in Scotland ESRC Centre on Dynamics of Ethnicity. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ethnicity.ac.uk/medialibrary/briefings/dynamicsofdiversity/code-census-briefing-national-identity-scotland.pdf> (дата обращения: 15.09.2015).



Рис. 1. Источник: «Better Together»



Рис. 2. Источник: «Better Together»

Противопоставление «Шотландия-Англия» и «мы-они» являются широко распространенным феноменом, но часто предстают лишенными системы аргументов и основываются лишь на понимании данного деления как объективно существующего: *«знаете ли Вы, что это не ваше дело? Мы были женаты однажды, но выросли мы не вместе»⁹⁸; «Шотландия должна принадлежать шотландцам, не Англии»⁹⁹*. Более обстоятельно в этом отношении представлены аргументы в пользу шотландской независимости, опирающиеся на самобытность шотландского этноса и силу диаспоры, вопросах идентичности: *«шотландцы по всему миру – огромный ресурс для нашей нации, мы должны это признать и прислушиваться ко всем, кто называет себя шотландцем»¹⁰⁰*. Но есть и те, кто воспроизводит дискурс идентичности, используя идентичность в противоположных аргументах: *«я рожден в Патрике, живу в Глазго всю жизнь – я британец и шотландец и горжусь этим»¹⁰¹*. В последнем случае нет прямой зависимости между отсылкой к идентификационным матрицам и вариантом голосования. Иными словами, используют идентичность как средство аргументации сторонники обоих лагерей. Однако, нужно сказать, что в случае апелляции к этнической (шотландской) идентичности прослеживается

⁹⁸ Weldon Markus. «Do you not understand that it is not your business? We were married once. We have grown apart» // BBC Scotland News.

⁹⁹ Cluff Leighanne. «I think Scotland, should belong to the Scots, not England» // Better Together. Facebook.

¹⁰⁰ MacDonald Ian. «Scots around the globe are a huge modern-day resource for our nation. We would do well to recognise that, by the way, and listen more to all who call themselves Scots» // Yes Scotland. Facebook.

¹⁰¹ Watson Miller. «I was born in Partick and have lived in Glasgow all my days. British and proud and I am Scottish too. And I will vote for saving the united country» // BBC Scotland News.

некоторая закономерность – такой аргументации придерживаются сторонники независимости.



Рис. 3. Источник: «Yes Scotland»

Рис. 4. Источник: «Future of UK and Scotland»

Срез общественного мнения посредством шотландских социальных медиа в октябре 2012 г. проявляет воспроизводство дискурса идентичности. Прагматичный дискурс в 2012 г. практически не заметен. На данном этапе крайне немногочисленны суждения относительно экономических, политических вопросов, вопросов администрирования и разделения полномочий между регионом и союзным центром. Отчасти это можно объяснить бурным всплеском риторики национализма как идеологии Шотландии после успеха сопряженного с ней политики регионализма, выраженного в Эдинбургском соглашении, и столь ожидаемого референдума о независимости. К концу октября 2012 г. появляются более спокойные системы аргументов, что являет собой зарождавшуюся тенденцию к прагматизму в вопросах независимости: *«Почему шотландец 62 лет, говорящий на гаэльском языке, не может сказать о направлении будущего своей Родины? Тот факт, что я проживаю в Англии, не должен лишать меня возможности говорить об этом. Другие нации, такие как французы и американцы, дают своим людям голос. Почему в этом отказано шотландцам?»*¹⁰². На рубеже 2012–2013 гг. начинают проявляться прагматичные и рациональные суждения в видении вопроса шотландской независимости.

¹⁰²Maggmurd: «Why as a Gaelic speaking Scot of 62 yrs do I have no say in the future direction of my homeland. The fact that I live in England should not disqualify me from having a say in this. Other nations, the French and the Americans for example give their people a voice. Why is this being denied to Scottish expats» // Future of UK and Scotland.

Март 2013 г.

Март 2013 г., который ознаменован объявлением главой шотландской политической элиты Алексом Салмондом даты будущего референдума, показывает серьезные изменения в дискурсе, воспроизводимом в региональных социальных медиа Шотландии. Однако неверно полагать, что именно объявление даты референдума является причиной поворота. Тенденция к изменениям систем аргументов наметилась еще раньше, а объявление даты референдума о независимости лишь обозначило новый виток дискуссий.

Региональная общественность Шотландии в социальных медиа апеллирует в этот период к сложности и многомерности такого вопроса, как независимость: *«Мы все еще так далеки от множества безответных вопросов, чтобы сделать выбор»¹⁰³; «Почему бы не сказать «нет»? Слишком много неизвестных факторов...»¹⁰⁴.*

На первый план выходят не вопросы идентичности и этнической самобытности, истории и традиций, а прагматичные темы экономики, администрирования, социальной политики. Во главе таких систем аргументации стоят вопросы экономики, которую включают в качестве отличительного преимущества как сторонники независимости Шотландии, так и её противники: *«20% налога предприятий в Великобритании платят компании Абердина. Голосуй “За”»¹⁰⁵; «Экономика Великобритании в Лондоне и Финансовые сервисы работали достойно?... У Шотландии есть шанс изменить это для собственной выгоды»¹⁰⁶.* Нужно отметить, что в вопросах экономических и финансовых полномочий Шотландия является наиболее автономной частью британского государства, получив финансовые полномочия по региональному налогообложению, увеличивающиеся ресурсные полномочия, а также учитывая нацеленность консерва-

¹⁰³ Dunlop Terry. «Still far to many unanswered questions to make a decision!» // Yes Scotland. Facebook.

¹⁰⁴ Patterson Derek. «Why not say NO. To many unknown factors ... » // Scotland's Referendum.

¹⁰⁵ Davidson David. «20% of UK corporation tax is paid by companies in Aberdeen. Vote YES» // Yes Scotland. Facebook.

¹⁰⁶ Kirby Jessica. «The UK economy in London and Financial Services has worked so well ?? ... Scotland has a chance to change that for its benefit» // Better Together.

тивного центрального правительства расширять данные полномочия в обмен на сохранение союза¹⁰⁷.

Кроме того, чаще появляются системы аргументов, относящиеся к вопросам политическим и вопросам разделения полномочий: «*Нефть – не определяющий фактор в вопросе союза и независимости. Основное – это полномочия, при союзе 75% управляет Вестминстер, при независимости полномочия делятся поровну. Я не думаю, что кто-то действительно может подумать, что независимость является периодом кардинальных перемен. Посмотрите на политические решения, принимаемые Вестминстером (социальные, экономические), и спросите, были ли они сделаны в интересах Шотландии? Голосую за союз*»¹⁰⁸.



Рис. 5. Источник «Yes Scotland»

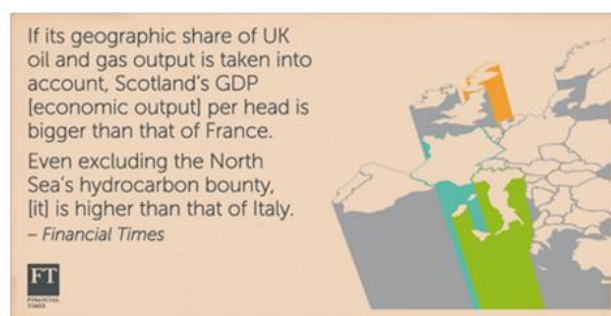


Рис. 6. Источник «The Scottish Parliament»

Несмотря на неоспоримость преимущества прагматичных систем аргументов в ходе дискуссий о независимости в социальных медиа в марте 2013 г. над культурными и идентификационными, отсылки сторонников союза к общей идентичности прослеживается и на этом этапе. (В то же время, сторонники независимости редко воспроизводят дискурс идентичности). «*Шотландцы, англичане, ирландцы. Кто мы? Верно! Мы едины, Вы все Британцы*»¹⁰⁹.

Прагматичный дискурс в 2013–2014 гг. воспроизводится в связи с актуализацией в политической повестке дня вопросов разграничения полномочий

¹⁰⁷ Лондон предлагает Шотландии льготы и автономию в случае отказа от независимости // [Электронный ресурс]. URL: <http://www.newsru.com/world/07sep2014/britsays.html> (дата обращения: 15.09.2015).

¹⁰⁸ Hall Stephen. «The amount of oil should not be a determining factor to union or independence. The fundamentals are Union – 75% governed by Westminster or Independence – fully self governed. I don't think anyone can realistically think Independence equates to Boom times. Look at the political decisions being made from Westminster (social/economic etc) and ask if they are being made for the interests of Scotland or the Home Counties. For Union» // BBC Scotland News.

¹⁰⁹ Williams Geoff. «Scots, Englishmen, Irishmen. Who are we? Exactly! We are one, you're all Brits» // BBC Scotland News.

между регионом и британским центром. Кроме того, политические кампании юнионистских сил в главе с Консервативной партией и сил деволюционистских во главе с ШНП показывают приоритет прагматичных целей, которые преследуют обе стороны. В этом смысле, дискурс идентичности не прослеживается в речах и выступлениях ведущих политических деятелей, таких как А. Салмонд, Д. Кэмерон. Наоборот, они апеллируют к вопросам государственной необходимости – экономическим, административным, политическим и социальным, – и при этом лишь периферийно обращаются к дискурсу идентичности (преимущественно ШНП). Например, риторика лидера шотландцев об отношениях центра и региона в этот период практически не содержит отсылки к культурной самобытности и уникальности Шотландии: *«Я верю, что независимость Шотландии станет сильнейшим экономическим противовесом Лондону», «после независимости Шотландии, рост сильной экономической мощи на севере британских островов будет выгоден всем»*¹¹⁰. Известный исследователь регионализма М.Китинг отмечает, что сегодня ШНП является единственной действительно массовой партией в Соединенном Королевстве¹¹¹. И поскольку интерес к политике и уровень публичных дебатов остается высоким, чем шире разворачивались избирательные кампании в течение 2012–2014 гг., тем чаще воспроизводится прагматичный дискурс в ущерб дискурсу идентичности.

Июнь и сентябрь 2014 г.

Оба среза общественных настроений в июне и сентябре 2014 г. представляют идентичную картину. На данном этапе заканчивается поворот от культурных, этнических и традиционных аргументов к прагматичным и реальным вопросам региональных процессов. Прагматичный дискурс вытесняет дискурс идентичности. В 2014 г. в социальных медиа крайне редко можно найти мнение о независимости Шотландии с системой аргументов, основанной на идентичности. И в то же время, спектр прагматичных вопросов, которые обсуждаются в социальных медиа и выступают в качестве аргументов, значительно расширился в 2014 г.

¹¹⁰ Alex Salmond's New Statesman lecture: full text. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.newstatesman.com/politics/2014/03/alex-salmonds-new-statesman-lecture-full-text> (дата обращения: 05.04.2015).

¹¹¹ Scotland's European challenge. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.centreonconstitutionalchange.ac.uk/blog/scotlands-european-challenge> (дата обращения: 15.09.2015).

Сохраняет преимущество экономическая и финансовая подоплека вопроса о независимости. Также ярче проявляются аргументы политической и административной направленности: *«Я могу видеть, как они (британское правительство) продают людей Шотландии ради собственного политического эгоизма в Вестминстере»¹¹²*; *«У нас нет ненависти к англичанам. У нас не веры в ваше правительство, и я уверен, что некоторые англичане также недовольны им, как и мы»¹¹³*; *«Голосование за независимость не означает, что вам нравится ШПН. Это просто значит, что вы хотите, чтобы Шотландия отвечала за себя, чтобы решения принимались Шотландией для Шотландии ради лучшего будущего и свободно от оков Вестминстера»¹¹⁴*; *«Почему нужно голосовать «против» ради достижения некоторых полномочий, если мы можем голосовать за ради достижения всей полноты власти? Вестминстер не беспокоится о нас, о бедных и инвалидах, они беспокоятся только о себе. Прошли годы и все только ухудшается. Нам нужно это изменить. С голосованием «за» мы будем иметь такую возможность»¹¹⁵*. Таким образом, апелляция к политическим вопросам и вопросам полномочий, которая не была столь распространена в 2012–2013 гг. (хотя и имела место), становится широко распространенной практикой аргументации как со стороны сторонников сохранения союза, так и со стороны сторонников разделения.

Важно отметить, что маркером прагматичного дискурса в дискуссиях о шотландской независимости являются появившиеся в 2014 г. темы социальной политики. В рамках таких тем рассматривались вопросы социального обеспечения и рынка социальных услуг, вопросы сферы образования и здравоохранения, вопросы занятости и профессиональной (пере-)подготовки. *«Голосую за независимость ради работы, а не ради глупых курсов переподготовки, которые дают нашей молодежи лишь пособия и формируют красивые показатели.*

¹¹²Scanlan Paul. «I can see how they are selling the people of Scotland for their own political selfishness in Westminster» // The Scottish Parliament.

¹¹³Nixon Betty Mc Inally. «We don't hate English people We don't have faith in your government I am sure some English people are also as fed up with them as we are» // Better Together.

¹¹⁴Gordon Eve. «Voting yes doesn't mean you like the SNP it just means you want Scotland to be in charge of itself, where the decisions are made in Scotland for Scotland for a better future free of westminsters shackles. This is our only chance to get the independence Scotland deserves! YES!» // Yes Scotland. Facebook.

¹¹⁵Cunningham Wendy. «Why vote no for a few extra powers when we can vote yes and have all the powers? Westminster don't care about us, the poor, disabled they only care about themselves. As the years have gone by things have only gotten worse, we need this to change. So with a yes we will have the opportunity» // Better together. Facebook.

Работа или курсы переподготовки? – вот что действительно значимо»¹¹⁶; «этот голос за Шотландию и её людей, чтобы жить в справедливом обществе»¹¹⁷; «Голосуй «за» и сохрани наших высокообразованных и квалифицированных специалистов с работой, которой они смогут гордиться в независимой Шотландии»¹¹⁸.

Таким образом, в 2014 г. прагматичный дискурс стал превалировать над дискурсом идентичности. Стоит также отметить, что воспроизводство прагматичного дискурса прослеживается в системах аргументов преимущественно сторонников независимости, в частности в вопросах социальной политики. В остальном же и сторонники независимости Шотландии, и её противники активно использовали экономические и политические темы в качестве аргументов собственной позиции.

Анализ шотландских социальных медиа в 2012–2014 гг. предоставляет достаточно большой объем данных, для того, чтобы оценивать влияние дискурса идентичности на процесс принятия решения о независимости Шотландии. Системы аргументов в таком сложном, многостороннем вопросе как вопрос обретения независимости, сами по себе уже выступают яркими маркерами, – они являются показателями тех проблем и тем, которые волнуют шотландское общество более всего, которые устойчивы в сознании и воспроизводятся в дискурсе. В исследуемый период не наблюдается доминирования какого-либо из двух выделенных нами дискурсов, – дискурса идентичности и прагматичного дискурса, – который бы выделялся на фоне общих систем аргументов, ни со стороны сторонников независимости, ни со стороны её противников.

Динамичность дискуссий о независимости Шотландии заставляет конфигурацию дискурсивного пространства изменяться. В этом смысле дискурс не является статичным и не представляет собой проявление посредством языка различных устойчивых паттернов шотландцев. Иными словами, разные срезы общественного мнения показывают воспроизводство обоих дискурсов и различные конфигурации их элементов: в одном случае дискурс идентичности до-

¹¹⁶McMahon Ramona. «Vote Yes, for proper jobs not stupid training courses that get our youngsters off the dole, to make the figures look good. Jobs or training courses that actually mean something»// Yes Scotland. Facebook.

¹¹⁷Edwards John. «it's a vote for Scotland and the people, to live in a fairer society» // Scotland Now.

¹¹⁸Mackinnon Donald. «Vote YES, and keep our highly educated and skilled people in Scotland with jobs they can be proud of independent Scotland» // Better together. Facebook.

минирует, в другом случае воспроизводится крайне редко. Конечно хронологические срезы (*октябрь 2012 г., март 2013 г., июнь 2014 г., сентябрь 2014 г.*) не показывают полной картины, по которой было бы возможно анализировать дискурсивное пространство; они лишь делают скриншот конкретной ситуации. В данной статье статичность каждого среза восполняется динамизмом смены дискурсов.

В связи с этим, мы можем отметить траектории, по которым развивалось изменение дискурса и систем аргументов. В октябре 2012 г. в шотландском обществе воспроизводился дискурс идентичности: наиболее популярными аргументами в защиту своей позиции были отсылки к вопросам идентичности, диаспоры, противопоставление «мы-они», а также исторические и символические элементы дискурса. Этот период ознаменован некоторой эйфорией шотландского общества, а потому в 2012 г. в социальных медиа крайне можно найти проявления прагматичного дискурса. Впоследствии доля идеалистических взглядов и мнений падает, проявляются более прагматичные элементы дискурса. В 2013 г. доминирование экономических тем в дискурсе оставило на заднем плане вопросы культуры и самобытности шотландского народа. В 2014 г. (и в июне, и в сентябре) картина меняется вновь: культурно-традиционные элементы дискурса идентичности практически исчезают из повестки социальных медиа, а прагматичный дискурс начинает воспроизводиться посредством широкого спектра тем: вопросы политического характера, вопросы полномочий, социальной политики. Таким образом, за 2 года прагматичный дискурс, конструирующий референдум как политический, административный, экономический вопрос, постепенно сменяет дискурс идентичности, который трактует референдум как вопрос об идентичности шотландцев.

Нужно также заметить, что нет прямой взаимосвязи между системами аргументов, которые используют члены дискуссий в социальных медиа, т.е. между типами дискурсов, которые они воспроизводят, и их позицией относительно голосования. Другими словами, и сторонники независимости Шотландии, и сторонники единства союза используют схожие по типу аргументы, но с разными целями. В шотландском обществе воспроизводятся и дискурс идентичности, и прагматичный дискурс, независимо от того, как люди голосуют. Исключение составляют последние срезы общественного мнения, 2014 г., в которых к вопросам социальной политики обращаются только сторонники независимости

Шотландии. Это возможный маркер проблем социальной политики Вестминстера.

Как уже было сказано, дискурс идентичности, воспроизводимый в социальных медиа, не являлся доминирующим, однако, это не означает, что дискурс идентичности не оказал влияния на исход референдума. Однако нужно признать, что прагматичный дискурс отодвинул дискурс идентичности на периферию в вопросе независимости Шотландии. В этом смысле конструирование понимания референдума как вопроса полномочий, политического вопроса или вопроса экономики (прагматичный дискурс) вместе с воспроизводством прагматичного дискурса региональными и британскими властями оказало больший эффект, чем воспроизводство дискурса идентичности. Очевидно, это связано и с тем, что нет единого понимания идентичности в шотландском обществе, где европейская, британская, шотландская, гэльская идентичности соседствуют и сопрягаются, в том числе, и в региональных социальных медиа. Однако, несмотря на результаты референдума, очевидна тенденция усиления региональной этно-лингвистической идентичности в современной Шотландии.

Источники

1. BBC Scotland News. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.facebook.com/bbcscotlandnews> (дата обращения: 03.09.2015).
2. Better Together. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.facebook.com/bettertogetheruk> (дата обращения: 03.09.2015).
3. Future of UK and Scotland. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.futureukandscotland.ac.uk/> (дата обращения: 03.09.2015).
4. Scotland Now. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.scotlandnow.dailyrecord.co.uk> (дата обращения: 03.09.2015).
5. Scotland's Referendum. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.scotreferendum.com/> (дата обращения: 03.09.2015).
6. Scottish National Party (SNP). [Электронный ресурс]. URL: <https://www.facebook.com/theSNP> (дата обращения: 03.09.2015).
7. The Scottish Parliament. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.scottish.parliament.uk> (дата обращения: 03.09.2015).
8. What Scotland Think. [Электронный ресурс]. URL: <http://whatscotlandthinks.org/> (дата обращения: 03.09.2015).

9. Yes Scotland. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.yesscotland.net> (дата обращения: 03.09.2015).

10. Yes Scotland. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.facebook.com/YesScotland> (дата обращения: 03.09.2015).

CULTURAL DIVERSITY AND IDENTITY CONFLICT MANAGEMENT: EUROPEAN UNION EXPERIENCE AND NON-EU POST-SOVIET COUNTRIES

7 FP project “European identity, cultural diversity and political change” project brings together 7 European universities and research centers from France, Germany, United Kingdom, Italy, Belgium, Hungary and 7 participant institutions from Russian Federation and Center of International Projects of Academy of Sciences of Moldova. It builds on existing cooperation in frame of international networks and associations of European Studies and will enhance the already active collaboration in the fields of European identity and cultural diversity.

Perm State University (Russia) in cooperation with Catholic University of Leuven (Belgium) is responsible for the analysis of “Cultural Diversity and Identity Conflict Management: European Union experience and non-EU post-Soviet countries” (WP3). The intensive academic discussions on the topic were held in KUL (October 2014) during exchange visit of Professor Liubov Fadeeva and Associate Professor Nadezhda Borisova. The partners discussed both methodological approach and political context of the problem. They held set of open lectures and seminars on the identity policy, the problems of relations between EU and Russia, sociocultural dimension of up-to-date political process. Professor Katlijn Malfliet stimulated fruitful discussion, Marijke Vermeulen was very helpful to organize it.



October- November 2014 group of Perm visitors participated in the series of discussions at Goettingen University organized by Professor Martin Tamcke on the issues of European integration, Intercultural Hermeneutics; Christians in Islamic World; they took part in the Conference “15 Years of Euroculture – Europe in the Wider World”.

February 2015 Professor Maurizio Cotta (University of Siena, Italy) shared with Perm colleagues and students his vision of the culture diversity and political change in European Union.



March 2015 Professor Martin Tamcke visited Perm and held open seminars on the cultural dimension of Europe “Does culture unites or disunites Europe?”. He met with Rector of Perm State University Professor Igor Makarikhin in order to discuss the perspectives of academic cooperation.



Exchange programme (Birmingham University, Eötvös Loránd University of Sciences Budapest, Siena University etc.) was very efficient for promoting of the research and academic discussion.



During September-November of 2015 Professor Richard Papp (Eötvös Loránd University of Sciences Budapest, Faculty of Social Sciences, Department of Cultural Anthropology) and Professor Liubov Fadeeva (Political Science Department, Perm State University) stimulated at Perm State University the discussion and students research activity on the problems of cultural diversity and conflicts in Europe and non-European countries.

As a result the students of International Relations specialty prepared the papers and presentations on the topic, based on their investigations of literature and social media, some of them on their own experience. The most relevant to topic of culture diversity papers are published in the volume.

Mikova Julia
The Student of International Relations Specialty,
4th year course
Perm State University

ETHNIC GROUPS AND NATIONAL MINORITIES IN HUNGARY IN OUR TIMES

Everyone was born in the definite community with its rituals, traditions, culture, with its own way of life. Everyone absorbed all he or she was taught. All these “lessons” of our parents, of our ancestors, of our history shape our frame of mind, determining how we perceive ourselves, how we identify ourselves. Therefore, the questions of identity and ethnicity are burning and quiet complex things, which affect everyone. Moreover, identity and ethnicity are subjective and dynamic categories subjected to many factors. That’s why they appear worthy of detailed study.

The stumbling block of many nations and states is nationalism in conjunction with oppression of minorities. It comes as no surprise that the first Article (Chapter 1) of the UN Charter says: “To develop friendly relations among nations based on respect for *the principle of equal rights and self-determination of peoples...*” In today’s world there are a lot of ethnic conflicts, where human rights violation and minority oppression take place. In other words, the minority question is still on the agenda.

Small peoples of the Russian North, American Indians, the Kurds, the Basques, the Negroes in the Republic of South Africa under apartheid - we know a lot about them, but what about minorities of Central Europe? Do they exist? How many are they?

As for me, after our classes with Professor Papp I have become interested in what is going on in Hungary. What ethnic groups and minorities live there? How was the situation with Hungarian ethnic minorities developing during last years? I am also interested in Hungarian situation because in 2011 the new Fundamental Law of Hungary was adopted, which got wacked from the world community for its non-democratic character. Furthermore, the new constitution has fallen short of EU standards. Thus the Fundamental Law of Hungary discriminate sexual minorities in Article

L that says: “Hungary shall protect the institution of marriage as a *union of a man and a woman...*” Moreover, from my point of view, the Fundamental Law does stress the religious aspect, putting other religious on the back burner, discriminating particular ethnic groups.

It must not escape our attention that the current Prime Minister Viktor Orban is famous for his nationalistic views and his support for Hungarian ethnic minorities’ autonomy in Transcarpathia.

I shall examine the national and ethnic Hungarian minorities in the Period 2001-2011. The time frame is defined in this way because of two reasons:

1. It’s hard to find out the latest Data
2. It makes sense to examine the situation before adoption of the new Law.

I used the following literature and references in my work:

1. The Fundamental Law of Hungary (25 April 2011)¹¹⁹
2. The National and Ethnic Minorities in Hungary¹²⁰
3. National and Ethnic Minorities in Hungary in the Period 2001 – 2011 – Ethno-Demographic Trends as Reflected in the Census Data¹²¹

I also operated with news and the following web-sites:

<http://www.miniszterelnok.hu/>,

http://www.keh.hu/v10-Speech_of_President_Janos_Ader&pnr=1.

¹¹⁹The Fundamental Law of Hungary.[Digital resource]. URL: <http://www.right2info.org/resources/publications/laws-1/fundamentallawofHungary.pdf> (date of treatment: 10/29/15).

¹²⁰The National and Ethnic Minorities in Hungary.[Digital resource]. URL: <http://www.mfa.gov.hu/NR/rdonlyres/9F2D180E-538E-4363-AA5E-3D103B522E3B/0/etniang.pdf> (date of treatment: 10/29/15).

¹²¹Tóth Á., Vékás J. National and Ethnic Minorities in Hungary in the Period 2001–2011–Ethno-Demographic Trends as Reflected in the Census Data //STATISZTIKAI SZEMLE. – 2014.

Markova Yuliya
*The Student of International Relations Specialty,
4th year course
Perm State University*

THE NATURE OF TURKEY: EUROPE OR ASIA?

This summer I had internship in Turkey. I've spent there 2 months, so I had opportunity to go deep into the country, traditions, people behavior. Some things really surprised me. Despite I had read a lot about this country before coming, but anyway I had kind of 'cultural shock' at first and I needed time to accept everything that was opposite to things usual for me. First of all, I would like to say that Turkey is a very interesting country. There is the expression about America that it is melting pot, so I would say that Turkey is on the way to it. Many people from abroad come to Turkey and stay there. There is the problem with refugees now. And Turkey is really full of foreigners. It is a mix of Europe and Asia, modern and old, the West and the East.

Now there is a tendency Turkey wants to join to Europe community. But, even if it wants to be part of Europe and European Union and even it is part of NATO we cannot deny the fact that the most (about 95%) of the country is located in Asia and, in this case, people have Asian or Eastern identity. Turkey is influenced by European countries but meanwhile it conserves its own Asian spirit.

If we deepen into ordinary life of people we can see, that they behave themselves more like Eastern people. The Eastern culture is everywhere: way of life, religion, remarkable sights, architecture, mentality. If we are talking about religion for example there is very interesting fact, which proves how Islam is important in this country. There is Hagia Sophia which is a former Christian patriarchal church, and later it was reconstructed as mosque. Actually, this cathedral was symbol of Christianity there since 537 until 1453 and also it was the seat of the Patriarch of Constantinople. But this really strong spirit of Christianity and historical value did not prevent to change its destination. And even Turkey has strong Christianity roots, we can say that may be because of time or because of strong Ottoman influence it 'forgot' about

its Christianity past. Modern life and globalization surely influence Turkish life, but anyway people do not forget about their cultural identity and traditional roots.

I was working among Turkish people and I can pick out some common Turkish features: Importance of etiquette (even the way of the making of tea is really impressed).

Respect of the national pride. One of the first things that burst upon the eye is numerous flags everywhere: on the walls of house buildings, shops etc. They are hung up at balconies. And surely there are Ataturk pictures on the walls. Ataturk still play a special role in Turkish society. He has the greatest respect among people. Also people really respect the army. We were in Antalya in the moment when there were some incidents in Turkish/Syrian/Kurds border. As a result some Turkish soldiers were killed, it caused people resentment and unrest. There were demonstrations in the centre and people demanded coming people back from the crisis region.

People in Turkey are conservative. This conservative attitude is not only in religion but in buildings, advertisement, restaurants (even in big and touristic cities). In Turkey there is a law that forbids high building. And every part of the city has its own style of buildings, and it's not big problem to get lost there, because every house is absolutely similar with another one. Also there are not so many restaurants, if anything, with western cuisine. Usually it is traditional Turkish meal.

Turkey is a secular country, and even young generation is not so strong in religion anyway Islam takes huge part in Turkish society. Many people follow time for praying, celebrate traditional holidays.

The trust is one of great values. Stealing is not that people concerned about. Shoes are always beyond the entry door, some food items outside shop buildings etc.

Family and related bonds have great importance. A father is family authority, and the tradition of father blessing still exists. Also there is tradition to choose a husband or wife for children by their parents especially in small cities, but in big city it is already not so common

The thing which really annoyed me at first was that people are not really punctual and sluggish. 5 Turkish minutes might be 20–30 minutes. In their opinion "the haste is from the devil", and accuracy is senseless. Sometimes the information I got was not accurate or even wrong. But anyway people always try to help even if they do not understand the language or do not know the thing you ask.

They are self-critical, but reject criticism from foreigners. Despite all tries to be a part of Europe the majority does not speak English language moreover it is not so popular to study it.

The most Eastern spirit have bazaars. In my opinion, it is the place when all stereotypes and prejudice come true. It is the place of the chuffer, flattery, the most eastern things, and the best oral advertisement.

In my opinion, despite all things Turkey has from Europe, it has its own way of developing, and it is much more Eastern country with strong historical roots.

Zubkova Vera
The Student of International Relations Specialty,
4th year course
Perm State University

ETHNICITY AND NATIONALISM: CASE OF TURKEY

In this paper I would like to focus on unique country which surprisingly and harmoniously combines various cultures of the West and the East, with the predominance of the last one. This is Turkey. We cannot call this country precisely European or Asian because of the wonderful geographical location, and we should note that this feature had a significant impact on the history of the state, and it still continues to have an influence on.

Turkey as a topic of our study has not been chosen randomly. Due to the fact I was living there for 6 weeks while doing an internship, I am willing to express my point of view about cultural specifics and Turkish nationalism. Also I would like to share personal experience which I got through the cultural exchange, finding out interesting facts from the local population, watching people's attitude, getting rid of countless amount of stereotypes and prejudices. The most important thing was learning all national inner processes not from the book but from within the country during my staying there.

It would be appropriate to begin my consideration of Turkish nationalism with its genesis, taking into account historical aspects of the state. Over a period of 623 years the modern territory of the country (Anatolia) was a part of Ottoman Empire. The reign of the Ottoman dynasty lasted until the end of the First World War, where it was defeated. At that time, according to contracts concluded about the division of the one of the greatest Empire ever, Britain and France took control over the Middle East and divided the former "giant" into several new states. In like manner, Russia, Italy and Greece had their national geopolitical interests there as well, therefore they entered into secret agreements with each other in the hope to carry out the plans on joining some territories to their states. As a consequence, there were the Turkish revolutionaries who created the Turkish National Movement. The head of the rebels was Mustafa Kemal Ataturk who led the National Movement into the Turkish War of

Independence. Quite so Ataturk ("Father of the Turks") created absolutely new secular state based on nationalism. Since then, Turkish government started growing national idea in people's minds and made nationalist ideology to be viable by virtue of skilful use of political tools. Also, the key point usually is popular support of nationalist ideology what beyond doubt was achieved in that time. Important to emphasize Ataturk's reformation that might be considered as a positive aspect of formation the ethnicity (shaping of history and culture, formation of language unity, spiritual values, giving people new rights and freedoms, creation of national institutes, banks and industry) and as a negative aspect for people who were persecuted (expulsion of Christians from the territory, repression of the Kurds, prohibition of all languages but Turkish and etc.). This rigid model took place in establishment of many states because in such situations the leaders always had to sacrifice something in return for a general idea of nation state.

Needless to say that even now Turkish nationalism demonstrates itself quite strongly as it is naturally supposed to be in independent country. There are a plenty of typical ethnic and political symbols which strengthen and reproduce people's sense of national belonging. Some of them I saw with my own eyes.

Absolutely all coins and paper money have Ataturk's portrait on the front side. In addition, almost every single apartment has the picture of Ataturk as well as any other buildings that gave me expression of existence of the Cult of Ataturk. Moreover, I was told by Turkish students that you cannot say anything bad about him otherwise you have a risk to be beaten. His personality is estimated today by the people as a national hero. This reminded me Soviet time when there was the Cult of Stalin because most of the people admired and esteemed him despite the fact he was a dictator as well as Ataturk.

Other essential symbols are national flags which you can notice literally everywhere hanging on the streets, buildings, shops, cars, balconies and other possible places.

There are some other national features below.

One more noteworthy aspect is a special way of serving food. If you have a meal at home, you will be surprised the way Turks eat on the. If you eat outside, you will be surprised that usually white bread is served for free as well as tea after eating.

It is well known around the world that rush and hurry are not peculiar to Eastern countries. It is really so. Furthermore, in Turkey it is not a bad manner to the peo-

ple to be late for important meetings or interviews, sometimes for an hour without notifying the partner who has been waiting for them all this time.

There are few turns of phrases that are specific only to the Turkish people. The most popular is "Allah-allah!" an exclamation which is usually used to express surprise, encouragement or occurrence of any event. This is an equivalent to "oh my God", "finally", "really?" or "wow!". If people want to express the anger or irritation they make "ufff" sound or add a long sound "yaaa" in the end of the somebody's name or any other word. Instead of saying "hayır", what means "no", they just simultaneously clatter their mouth and play eyebrows. The most unusual way of expression the word "no" I have ever seen.

There are mobiles and computers that do not recognize any other languages except of Turkish. Laptops have keyboards that surprised me because usually any gadget has at least two languages (native and English). I'm not talking about "Apple" production, I'm talking about common gadgets. And sometimes my friends from Arab countries had problems in Turkey because these phones couldn't recognize Arabic language in the Internet. That's why they call such phones as racist phones in a joke.

Other quite interesting fact is during the festival of Eid al-Adha Turkish government makes public transportation free of charge as well as travelling on bridges and roads which you usually have to pay for driving through .

It is notorious that army also works as a symbol of nationalism. It is considered in terms of the moral duty everyone to fight for their country. Turks are closely monitoring the domestic and foreign state's policy. There were killings of group of soldiers in September next to the border with Syria, after that the people organized demonstrations in cities across the country, mourning was declared and many young people put in Facebook black images instead of their pictures to express their compassion and show a protest of any military actions.

One of my stereotypes was that people in Turkey were very conservative and all of them were overreligious. It is not at all. People are different: some of them pray five times per day, others drink alcohol, girls wear shorts, tops and bikini during swimming. At the same time you could see woman swimming in special Muslim swimsuits and hijabs.

Another aspect is that almost nobody from adult generation speaks English. Learning English is started being popular a while ago after considering Turkey as a member of EU, so people had been motivated to learn languages because of tending or mainstream to go to study abroad.

To sum up, I tried to give a general picture of how things work in Turkey. It was really useful to take a look at issues of nationality and ethnicity from different perspectives. All the things mentioned above create conditions for the integration of people into nation-state, and in this way it may have important indirect effects on the level of consciousness in making people feel like they are members of the nation. The use of typical ethnic symbols in nationalism is intended to stimulate reflection on one's own cultural distinctiveness and thereby to create a feeling of nationhood. Nationalism reifies culture in the sense that it enables people to talk about their culture as though it were a constant.

Belozeroва Margarita
The Student of International Relations Specialty,
4th year course
Perm State University

**ARE YOU FAMILIAR WITH LANGUAGES,
FOOD, CUSTOMS, CULTURAL SENSITIVITIES,
AND TRADITIONS OF AZERBAIJAN?**

This summer my groom and I decided to travel to Azerbaijan on vacation. That was not a random choice but a conscious one because my groom was born in Azerbaijan and spent there all his childhood. When he was a 10 year-old-boy his family and he moved to Russia.

For several years I was going to visit Azerbaijan to meet my groom's culture, traditions, and, of course, his relatives. We bought tickets on flight Perm – Baku, and in 3, 5 hour we landed at Baku Heydar Aliyev Airport. The first I paid attention to at the airport was sex composition. There were only men: airport personnel, security and even cleaning staff, say nothing but cab – drivers. Frankly speaking, during first minutes I was astonished by what I had seen. I felt uncomfortable among a lot of men and the way they stared at me. While we were going home I tried to pull myself together and explain myself that it all just seemed to me. But it did not. Next day we had a walk around Baku. There were also a lot of men on the streets, and very rarely I could see women with covered legs. Maybe I would not be so surprised by the fact that men prevail in public life and women wear modest clothes if my groom did not tell me about Europeanized Baku. It is important to mention that Azerbaijan is a Muslim country, and despite of the Europeanization, the atmosphere in Baku is penetrated by Muslim traditions and patriarchal relations.

Baku is really a very contemporary city. It has the Flame towers that are considered to be the tallest buildings in Azerbaijan. In the night they turn colors, and display dancing women with national flags. There also might be seen one of the largest esplanade in the world. Its length is 16 km which is planning to be prolonged up to 25 km.

In 2012 Azerbaijan was set to host Eurovision and in 2015 it held the First European games. In spite of this Europeanization people do not fit with beautiful and pomp buildings, which in reality cover poorness and huge corruption. Azerbaijanis have little in common with European culture. They have their own mentality, customs, informal practices, and culture, different from European one. Beyond nice facades of buildings are hidden old Stalin – and Brezhnev -era apartments that need to be reconstructed. Baku reminds me a big villa belonging to Aliyev's family because as far as the eye can see you can find streets, buildings, airports, parks, restaurants, universities, and palaces out named after Aliyev. There is even the Heydar Aliyev cultural centre designed as Heydar Aliyev's signature.



Also there are few zebra crossings thus people have to run across the four-lane road if it is necessary. The most shocking is to cross such a road because drivers do



not want you to cross. Furthermore, I have to say some words concerning Azerbaijani drivers and their love to Soviet Union –Russian cars «Zhiguli VAZ 2107». Almost every man in Azerbaijan has a «Zhiguli». It is some sort of a toy to drift for like in a movie with Vin Die-

sel. Actually it looks like not a Soviet car but a muscle one because the only thing in a car that remains to be Russian is a car body.



It is also worth to say about Azerbaijani food which is considered to be delicious: kutabs, dolma, luleh kebabs, chorpa, Baku baklava and so on. In Summer time all these tasty things are eaten in combination with water-melon or melon, and ayran, kind of sour-milk drink. Before to have a meal an Azerbaijani says «Bismillah» that means «in the name of Allah» and after eating it is nice to say: «Nuşolsun» that means «Enjoy your meal». If you liked the food a housewife cooked you should say: «Allah raziolsun» that means «May God bless you».

Azerbaijan is known to be one of the former republics of the USSR that got independence in 1991. Before this date Russian language and Azerbaijani society were closely related to. Everyone was supposed to speak Russian in order to have equal opportunities in political, social, economic and cultural spheres. People had Azerbaijani identity as well as Soviet one. Some generations could speak Russian better than Azerbaijani if at all.

Nowadays a lot of Azerbaijanis speak Russian as a native language. There are many Russian schools and universities where Azerbaijani is to learn as a foreign language. While walking around the city you can hear a lot of Azerbaijanis speaking Russian what might seem you are in Russia. Azerbaijani television is broadcasting in three languages: Azerbaijani, Turkish and Russian. Many people who used to live in Soviet times tell they do not like watching foreign movies translated into Azerbaijani language because it sounds fake comparatively with Russian translation. In spite of

this Russianness a young generation of 20–22 year-old people speaks Russian bad enough or do not speak at all.

If you are going to Azerbaijan you should also visit towns and villages where you probably will be able to find something totally special and different from your own culture. For 20 days I lived in a village called «Aliabad». It is situated among beautiful landscapes and the Caucasus Mountains. People here are different from Bakuviens. They speak the dialect of Georgian language and belong to an ethno-religious minority «Ingilo». Most of them study and work in Tbilisi, in Georgia because it's closer than Baku, and Georgian universities propose privileges to «Ingilo» students.

Azerbaijan is a controversial country where man got used to prevail in public life, people go by Russian cars «Zhiguli» and speak Russian that means some kind of a linkage of Azerbaijani history and Soviet past; rich Baku and poor people, Muslim world and Europeanization, democracy and so long-term presidency of the Aliyevs.

Mekhonoshina Julia
*The Student of International Relations Specialty,
4th year course
Perm State University*

SIGNIFICANCE OF CULTURAL, NATIONAL AND RELIGIOUS IDENTITY. RUSSIAN CASE

In everyday discourse the terms “cultural identity” or “nationalism” are not really popular. The secret is that people don’t reflect on their identity very often. Such thoughts usually emerge in crisis time and they are produced not by the ordinary people, but by some elite groups. As a result, we have large nationalistic movements, civil wars, terroristic organizations etc.

I’ll try to explain such problems using Gellner’s definition of nationalism: “First of all nationalism is a political principle which supposes congruence of political and national units”¹²². In case the borders of these units coincide in general, a nation-state emerges.

The era of nation-states began with concluding Westphalia treaty 1648. This state type doesn’t suppose that every ethnic group obtains its own governmental apparatus, even today Spain has problems with Basques and Catalans, UK – with Scots etc. But in Europe this problem obtains new dimension because of sovereignty erosion. So, what can we see in the contemporary world? United Europe, divided Ukraine and Middle East covered with wars and terrorism. It means that the development of different parts of the world goes at a different speed, while Europe tends to break national borders some actors of international process only try to construct them using nationalistic discourse.

But I would like to return to contemporary Russia. Even if our president says “Although similar outside, our situation is absolutely different”¹²³, to my mind, we are in the condition of pre-Westphalia Europe. Our government enjoys the full power upon the territory of Russian Federation, has the exclusive right of formulating Rus-

© Mekhonoshina Ju., 2015

¹²² Геллнер Э. Нации и национализм. М., 1991. С.9.

¹²³ Путин В. В. Россия: национальный вопрос. [Электронный ресурс]. URL: http://www.ng.ru/politics/2012-01-23/1_national.html (дата обращения: 15.10.2015).

sian interests in international affairs and doesn't recognize external intervention in Russian domestic policy including the protection of human rights.

What does it mean in fact?

Russian Constitution says: "The bearer of sovereignty and the only source of power in the Russian Federation shall be its multinational people"¹²⁴. But any state machine is interested in homogeneous people because identical people are easier to be ruled. The majority of the population in our country are Russians, in Perm region they constitute 83,13%¹²⁵. 0,16% are Uzbeks, but migrants from Uzbekistan behave like Russians. Do they identify themselves with Uzbeks? Actually I don't know and I think it's an unimportant cause I can tell everybody that I am Hutu being Russian and until I do in Rome like Romans do, my identity has no significance.

Almost 200 different ethnic groups live in Russia, and we have a right to identify ourselves with them since it became political issue. Historically Russians practice Orthodox Christianity, as a result, we have an official holiday which is a day-off for everybody on 7 January – Christmas in Russia. The second largest ethnic group in the Russian Federation is the Tatars¹²⁶, they are Muslims in common. But the main Muslim holiday – Feast of Sacrifice (Kurban-bairam) – is not a state provided day-off. Another interesting aspect of this issues is that the Russian Federation is actually a civic state.

Even if we forget these oddities and imagine we are a homogeneous nation like our government desires, what would it change in our everyday life? Would corruption disappear? Would living standards increase? No, because all these problems are determined by material reality. It is not that nations make economy, but economy makes nations.

Nowadays we have some economic difficulties and until our government could explain them by "pernicious influence of the West " people in general will accept that. But I can suppose if the situation doesn't change, then by the end of Putin's term we will get a slogan "Stop to nurse Caucasia" again. It is not because Caucasians are

¹²⁴ Сайт Администрации Губернатора Пермского края. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.admin.permkrai.ru/national/people> (дата обращения: 18.10.2015)/

¹²⁵ Там же.

¹²⁶ Сайт Всероссийской переписи населения. [Электронный ресурс]. URL: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/perepis2010/croc/perepis_itogi1612.htm (дата обращения: 18.10.2015).

'the worst' people in the country, but because of economic crisis and evidence of this separation.

In conclusion, I would like to remember Mohandas Gandhi, Lev Tolstoy, Martin Luther King, Karl Marx, John Lennon etc. Each of these different people told us about human equality. This idea appeared long ago. But the development of different parts of the world goes at a different speed. I hope that one day, when all of us are ready, when all of us have strong enough economy to provide people with everything required, identity will lose its actuality.

References:

1. Геллнер Э. Нации и национализм. М., 1991.
2. Путин В. В. Россия: национальный вопрос. [Электронный ресурс]. URL: http://www.ng.ru/politics/2012-01-23/1_national.html (дата обращения: 15.10.2015).
3. Сайт Администрации Губернатора Пермского края. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.admin.permkrai.ru/national/people> (дата обращения: 18.10.2015).
4. Сайт Всероссийской переписи населения. [Электронный ресурс]. URL: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/perepis2010/croc/perepis_itogi1612.htm (дата обращения: 18.10.2015).

Goloshchapova Margarita
The Student of International Relations Specialty,
4th year course
Perm State University

THE IDENTITY OF THE NENETS

I was born in the Yamalo-Nenets Autonomous District and I had lived there for 18 years. Naturally, I had lived in the same village with the indigenous peoples of the north. I studied together with representatives of indigenous peoples of the north in school. We were friends and we engaged development of local culture. Since I had lived in a society of indigenous peoples of the north, I can tell you about the interesting facts that relate to the traditions and customs, and I can reveal their identity.

The indigenous peoples of the north, it's the people who live in our area called the Nenets. Nenets is nomadic people, who live in national dwellings, which called «Chum». Every season Nenets move from place to place. But despite this, the Nenets live in settlements in comfortable apartments. When the Nenets moved to suitable dwelling and they start to interact with Russian people, unfortunately, they lose the ability to speak in the national language, and they cease to refer themselves to the Nenets nationality, and they start refer themselves to the Russian nation. I have seen such self-identification of the Nenets, this was due to studying of this nationality in Russian-speaking schools. It stands to mention the fact that in many schools of our area there is no study of the Nenets language, it might indicate that the indigenous peoples of the north haven't opportunity to learn their native language.

Firstly, it is necessary to talk on the difficult fate of Nenets women. There is a tradition that a woman must construct and dismantle the Chum. As far as I know, Chum is hard to construct, because it consists of long thick big sticks and a thick reindeer skin, but despite this, the woman must construct the Chum. Nenets women besides constructing the Chum, they must collect water, care for the whole family, oversee hearth and home. Practically all domestic duties on the shoulders of Nenets women, besides fishing and reindeer herding. We can say that Nenets women are discriminated and at the national level and at the global level, as a woman in general.

The problem of discrimination is not solvable, because these customs and traditions long-standing in the mind of the Nenets people.

The structure and daily life of the family in the Nenets in the Chum. The duty of preserving of hearth is the responsibility of a woman. The only thing that men do this is that they pull out a table in the middle of the Chum when sitting down to dinner. «Why men do you ask?» Because the Nenets tradition says, that a woman is forbidden to go into the depths of the Chum. Women sleep close to the entrance. This is everyday practise even today. From this we can understand that these traditions and customs help the Nenets to survive, also helps to keep family life back on track, but the fact remains – it's the discrimination of women.

In the Nenets belief the existence of varied number of spirits is presumed. The Nenets are pagans. All the world seems to them as inhabited by spirits. Each of the natural elements had its own spirit. The way of life and luck depend on the spirits. Spirits are as good and evil. The Nenets differs from the Russian belief that the earth consists of three worlds, inhabited by different spirits. Also, I want to talk about national holiday «Day of the reindeer breeder». The local authorities carried out various national games between the Nenets. In this day, Russian-speaking population can have a look at the Nenets traditions and customs. Anyone can taste national cuisine and make a stay in the Chum. In my opinion these holidays should be more often, because these holiday helps to Russian-speaking population make a pal of with the Nenets and understand their national identity and thus it will help as much as possible to eradicate discrimination on the part of other nations in relation to the Nenets.

The customs of burial of the dead in the tradition of the Nenets. The way of burial of the Nenets and Russian are completely different from each other. Burial of the Nenets is not imply burying or burning man. They bury body in such a way: Firstly, there are the burial places of the Nenets people, which they call "sacred places." In this places the Nenets people hang different national jewelry and different narrow goods. If the Russian people either buried in the ground or burned, the Nenets put coffins on special sticks. This process is the method burial of the Nenets people. There are many legends associated with the «sacred sites» of the Nenets. One of such legends was told to us by inhabitant of tundra, woman of the Nenets, which I want to tell. Once upon the time during a winter two Russian men went on a fishing. When they returned home, they saw one of the «sacred places» of the Nenets (the Nenets traditions fable, that no one except the Nenets people mustn't attend these places, because misfortune can happen. These men decided to attend the «sacred place». When

they came there, they saw many different national jewelry of the Nenets. One of them decide to take these jewels(in the Nenets tradition nothing can be taken from the «sacred place»). When they drove at home, then one of them had drown, because of misfortune. The interesting fact is that it was the man who took the jewels of the "sacred place". This story is true, because the other man, who survived, also confirms this fact. Of this we can conclude that the traditions and customs of the Nenets exist not without purpose. Their national spirit and faith is helping them to survive even in the most severe environment. Their belief in «sacred places», in magic – all these things help them to survive.

Identity is selfconsciousness of the individual or group. It is a product of self-identity, understanding of the fact that you or I have special qualities that distinguish me from you and us from them. The Nenets have a specific identity. Traditions and customs of the Nenets show that they were formed under the influence of many factors, namely: living beyond the Polar Circle, the nomadic way of life. Taking in consideration the above, these facts created the image of the Nenets ethnicity. At the moment, in our area local authorities organized various programs to support Northern indigenous peoples. Local authorities actively engage in the work of the Nenets in various organizations. The local authorities organize the Nenets children to participate in the cultural life of our region. Summarizing all the above, I can to talk, that under the influence of the Russian-speaking population, the Nenets are beginning to forget their native language, traditions and customs. When they resettle in villages they start to lose themselves into drinking because they can't find a job (sometimes it's connect to the absence of education). Most of the Nenets are uneducated, because their way of life is similar to nomadic, and in the middle of their life they move to the villages. In my opinion, the local authority should preserve the culture of the Nenets people, their language, traditions and customs. This will help to preserve the Nenets people, which is considered as low-numbered peoples. It's important to preserve their identity. Because if you do a lot of attempts to improve the lives of the Nenets people, their identity, their traditions and customs, and their nationality may soon disappear.

The differences of the Russian version of Orthodoxy and the Komi-Permyak variants observed at different levels of the religious structure: at the level of religious doctrine, ethical values, rituals, and religious consciousness. These differences are fundamental. The phenomenon of dual faith Komi-Permyaks, as a synthesis of two radically different religions can be defined as "religious syncretism". This phenomenon is still in its purest form can be observed in economically and socially isolated group of Komi-Permyaks.

It is worth to note leveling of religious beliefs and rituals of the Komi-Permyaks in the conditions of close contact with Russian Christians, who often passed to assimilation of the local population. This indicates unmanaged folk Christianity, which entails the consolidation of non-canonical religious forms and ceremonies¹³⁰.

It should be said that the resulting culture and traditions very interesting and diverse. I chose this topic because my family roots originated in the lands of the Komi-Permyaks. My relatives live in the village "Loginovo", near the cities Uswa and Kudymkar. I know firsthand about this culture, and have seen it my own. I want to mention churches, which are located in the lands of the Komi-Permyaks, along the river Inva. These churches are Christian but differ from the bulk because they are very modest, to some extent ascetic. They don't have Golden domes, all made of wood. Now many of these churches are under renovation.

Another interesting observation for me was the ritual of the funeral of the Komi-Permyaks. When a person died, his body did not leave in the house alone. While the deceased is in the house, his elegant clothes hanging on the rack. Once the body take out of the house, the clothes need someone to give. During the memorial service in front of all the people is going a woman that holds the bread, wrapped in a towel. All go silently. Ahead of people throw tree branches along the way. Only after when people have met the first man, who was approaching, and the woman gave him the bread, all the people sit on the transport and go to the cemetery. I think this example is very illustrative. It reflects how the Komi-Permians in the modern world do not lose their cultural uniqueness.

Komi-Permyak have been baptized, but were not enlightened by Christian doctrine. That is, in the underlying fundamentals "Christian" cult of Komi-Permyaks contained the difference, not the corresponding religious beliefs, ideas, dogmas of

¹³⁰Чагин Г. Н. На древней Пермской земле. М., 1988. С. 8–17.

Orthodoxy. This also applies to the means of worship: the Church in the Komi-Perm, there are other sacred sites – sacred groves, religious art is peculiar. The clash of traditions of Christianity and paganism resulted in the transformation of both of them¹³¹.

We can conclude that Christianization stands as one of the elements of colonization of the region¹³². Religion in Komi-Permyak there are both pagan rites and Christian dogma is evidenced by at least the existing Church structure, which leads, albeit with a violation of the canons, the service. It is worth saying that the Christianization of the Komi-Permyak – this is an incomplete process. It probably will not be completed in the near future, if ever, complete.

¹³¹ Культура регионов России. Религиозные и мифологические верования коми-пермяков. [Electronic resource]. URL: <http://www.culturemap.ru/?id=2274®ion=140&subtopic=47&topic=13> (date of treatment: 10.29.2015).

¹³² Головчанский Г. П. К вопросу о завершенности процесса христианизации коми-пермяков. [Electronic resource]. URL: <https://docviewer.yandex.ru/?url=http%3A%2F%2FCyberLeninka.ru%2Farticle%2Fn%2Fk-voprosu-o-zavershennosti-protsesta-hristianizatsii-komi-permyakov.pdf&name=k-voprosu-o-zavershennosti-protsesta-hristianizatsii-komi-permyakov.pdf&lang=ru&c=5634bf5edef0> (date of treatment: 10.29.15).

Bodnar Valeriya
The Student of International Relations Specialty,
4th year course
Perm State University

THE MODERN CHALLENGES OF INDIGENOUS PEOPLES IN LATIN AMERICA

In case of Latin America the term “indigenous people” means descendants of aboriginal population, lived in America before the conquistadors came. Usually Native Americans are defined by their closing, traditions, language, residency and religion. Nowadays there is about 40 million people in Latin America who may be referred to indigenous people (most of them are located in Mexico, Peru, Guatemala, Bolivia and Ecuador). It is about 10 percent of the population. To be more precise, indigenous peoples make up over 50 percent of Bolivia’s and Guatemala’s population. Then it is 30 percent for Ecuador, 40 percent for Peru and about 13 percent for Mexico. Which is rather much, I suppose. Much enough to set up pressure groups and be on the political agenda of Latin American governments.

In previous centuries Indians were oppressed by Europeans who colonized their territories. Then elites descended from conquistadors controlled most of the profitable arable land. Even when in the 19th century Latin Americans won the wars of independence from Spain, the new governments did not give native people the vote, using their illiteracy as an excuse. Apart from that, Indians suffered from lack of health care and poor living conditions, which brought about high infant mortality rate and short life expectancy. Native peoples were first given a right to vote in Peru in 1978, in Ecuador in 1979 and only in 1991 in Columbia.

In recent years, the indigenous social movement of Latin America has done a lot to make governments receive their demands. For the most part the main point of these demands was the right to participate in decision-making process. Today there are various ways of such participating for indigenous people. For instance, Bolivia has created a multi-national Constitution so that indigenous representatives would have an access to the national government. As for Colombia and Ecuador, they have reformed their Constitutions. The new versions of them have a political-

administrative division with special areas and certain levels of autonomy for Indians. And in Nicaragua Autonomous Regions have been established.

Fortunately, not only the indigenous social movement of Latin America was trying to make a difference. The world community was very helpful, too. The United Nations General Assembly adopted "Declaration on the Rights of Indigenous Peoples" on 13 September 2007. The Declaration sets out the individual and collective rights of indigenous peoples, as well as their rights to culture, identity, language, employment, health, education and other issues. It also "emphasizes the rights of indigenous peoples to maintain and strengthen their own institutions, cultures and traditions, and to pursue their development in keeping with their own needs and aspirations". It "prohibits discrimination against indigenous peoples", and it "promotes their full and effective participation in all matters that concern them and their right to remain distinct and to pursue their own visions of economic and social development".

Even though some progressive steps have been made, nonetheless there is still lack of implementation of indigenous peoples' rights. First of all, their land rights are strongly violated. Looking for quick profits, the government and different economic agents use the land that traditionally belonged to Indian tribes for construction projects, dirty industries, export of raw materials, etc. The decisions for these projects are made without consultation with tribes or using threats and intimidation. As a result, Indians suffer from the lack of their traditional food and access to clean water, which leads to health problems.

There is one more huge problem about indigenous peoples. They tend to vanish. And the reason of this is not only the high rate of mortality, but also the fact that indigenous people are becoming urban. Though originally they are attached to rural areas, they migrate to the cities and lose the connection with their land and their communities. Consequently, they forget their traditions, beliefs and languages. They lose their identity. I assert they move away from their origins in search of a better life. These people have to learn and speak Spanish to survive. They need to assimilate with the majority, adopt its traditions and way of life to escape discrimination.

In conclusion I would like to notice that numerous Indian tribes as well as urban Indians in Latin America are suffering from discrimination, awful living conditions and displacement from their traditional territories. And it is up to the governments to take care of their people. And the authorities should listen not only to the representatives of majority, but also to people, standing up for their minority rights.

References

1. “Indigenous Peoples in Latin America – a general overview”. <http://www.iwgia.org/regions/latin-america/indigenous-peoples-in-latin-america>.
2. “Promoting the Development of Indigenous Peoples in Latin America”. Shelton Davis, William Partridge. The World Bank, 1999.
3. “Indigenous Rights in Latin America: The Gap between Doctrine and Reality”. Dan Ruge. Human Rights & Human Welfare.

Научное издание

**СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА КАК КАТАЛИЗАТОР
КРОССНАЦИОНАЛЬНОГО ОБУЧЕНИЯ**

Сборник научных статей

Выпуск 3

Издается в авторской редакции
Компьютерная верстка *М. А. Шемякиной*

Подписано в печать 28.12.2015. Формат 60×84/16.
Усл. печ. л. 6,92. Тираж 100 экз. Заказ _____

Издательский центр
Пермского государственного
национального исследовательского университета.
614990, г. Пермь, ул. Букирева, 15

Типография ПГНИУ.
614990, г. Пермь, ул. Букирева, 15