

- Зеленин* 1914 – *Зеленин Д.К.* Описание рукописей Ученого архива Императорского русского географического общества. Вып. 1. Пг., 1914.
- Крестьянская одежда 1971 – Крестьянская одежда населения Европейской России (XIX – начало XX в.). Определитель. М., 1971.
- Липинская* 1987 – *Липинская В.А.* Пища и утварь // Этнография восточных славян: Очерки традиционной культуры. М., 1987.
- Маслова* 1956 – *Маслова Г.С.* Народная одежда русских, украинцев и белорусов в XIX – начале XX в. // Восточнославянский этнографический сборник. М., 1956.
- Маслова* 1978 – *Маслова Г.С.* Орнамент русской народной вышивки. М., 1978.
- Мельников* 1989 – *Мельников М.Н.* Васюганье: путь в никуда? Новосибирск, 1989.
- Романюк* 1981 – *Романюк М.* Беларускае народнае адзенне. Мінск, 1981.
- Сементовский* 1872 – *Сементовский А.М.* Этнографический обзор Витебской губернии. СПб., 1872.
- Старообрядчество 1996. – Старообрядчество. Лица, предметы, события и символы. Опыт энциклопедического словаря. М., 1996.
- Фурсова* 2003 – *Фурсова Е.Ф.* Старообрядцы Васюганья: опыт исследования межкультурных взаимодействий конфессионально-этнографической группы. Новосибирск, 2003.
- Фурсова* 2003а – *Фурсова Е.Ф.* Календарные обычаи и обряды восточнославянских народов Новосибирской области. Ч. 2. Новосибирск, 2003.
- Этнография 1987 – Этнография восточных славян: Очерки традиционной культуры. М., 1987.

E.F. Fursova. The Traditional Culture of Old-Believers of Vasiuganie

The article focuses on a community of Vasiuganie old-believers, which has not received much attention in ethnographic literature. The study of this community, as the author argues, can shed light on the history of migrations and cultural contacts among various groups populating the Middle Russia and the North Russia, Byelorussia and Povolzhie. The article is based on field data collected during the 1990s in Vasiuganie villages and materials gathered through the study of other communities in cities of Novosibirsk and Omsk.

ЭО, 2009 г., № 1

© В. К. Малькова

СОВРЕМЕННЫЕ ЭТНИЧЕСКИЕ СМИ КАК ИНСТРУМЕНТ КОНСОЛИДАЦИИ ЭТНИЧЕСКИХ СООБЩЕСТВ

Идеология этнических сообществ в современной России – одно из актуальных направлений их изучения. Ведь от того, какие цели и задачи ставят перед этническими сообществами их лидеры и идеологи, во многом зависят стратегия их жизни и степень включенности этих сообществ в жизнь страны. Понятно, что проблемы пришлых и местных этнических групп в разных российских регионах разноплановы и во многом неоднозначны. Но на сегодняшний день необходимо хотя бы в общем представить, какую идеологию предлагают этим сообществам их активные и энергичные постсоветские этнические элиты.

Вера Константиновна Малькова – доктор исторических наук, ведущий научный сотрудник Института этнологии и антропологии РАН.

Одним из важных источников, приближающих нас к ответу на данный вопрос, могут служить этнически ориентированные СМИ. Это еще одно явление постсоветской России, слабо существовавшее и раньше, но заметно активизированное в таком виде после распада бывшего СССР. Этнические СМИ – газеты, журналы, теле- и радиоканалы, чьи материалы предназначены специально для представителей одной или нескольких родственных этнических групп, для единомышленников, а иногда и для земляков – выходцев из разных регионов страны. Этнические СМИ уже давно являются важным каналом, или инструментом, распространения этнических ценностей, взглядов, представлений и идей. Тем самым они способствуют сохранению и формированию этнического самосознания в этих группах, информируют о важных для них событиях и целях.

Поскольку исследования этнических СМИ в нашей стране еще только начинаются, мнения об этом канале массовой информации не всегда достоверны, а порой и просто противоречивы. Прежде всего сам этот термин кажется не совсем точным, хотя он часто используется в журналистской и даже научной печати (Кондакова 2000; Ганцева 2005; Богатова 2003; PR-специалисты 2006; Богданова 2007 и др.). Мы считаем, что точнее было бы говорить: "этнически ориентированные СМИ", или "пресса этнических групп", хотя в качестве рабочих можно употреблять термины "этнические СМИ", "этническая пресса" и др. В настоящее время научная и особенно журналистская лексика пополнилась и такими понятиями, как "этнические журналисты", "этно-медиа", "СМИ этнической направленности" и пр.

Вместе с тем нельзя не отметить, что терминами "этнические СМИ" или "этническая пресса", а в ряде случаев "национальная пресса" авторы до сих пор называют разные явления. Например, одни считают, что все каналы МИ, работающие в России на языках любой национальности, кроме русского, можно называть "этническими", или "национальными" (Кондакова 2000). Другие именуют "национальными" (иногда "этнонациональными") СМИ, работающие только в российских республиках (Алиев 2006а). Нам же представляется, что термином "этнический" можно назвать любой канал массовой информации, если его деятельность направлена на определенную этническую группу (в том числе на русских) и если он намеренно поддерживает и формирует этническое самосознание ее членов, распространяет в среде своих соплеменников этнокультурные этнические ценности. И это, по нашему мнению, совсем не связано с языком подачи информации, что мы и проиллюстрируем в данной работе.

Правда, некоторая "загвоздка" имеется в отношении религиозных изданий, которых в нашей стране также выходит немало. В их числе "Православная газета", "Русь державная" – православная народная газета, "Мирт" – евангелистская, "Муслима" и "Вера" – мусульманские, журнал "Мусульмане" и многие другие. Их аудитория (часто только в представлении их создателей) нередко совпадает с соответствующей этнической группой (русские – преимущественно православные; евреи – иудеи; татары, азербайджанцы – мусульмане). С известной долей условности и определенной оговоркой такие издания можно тоже отнести к группе этнически ориентированных, или "этноконфессиональных" (Малькова 2004, 2007).

Дискуссии вокруг этих каналов массовой информации уже разворачиваются. Некоторые аналитики, например, считают, что этнические СМИ – "малозаметное и практически незначимое явление нашего времени". Но оппоненты (в том числе и мы), наоборот, уверены, что ситуация уже изменилась, а будущее этнических СМИ и вовсе оптимистично. С этим трудно не согласиться. Ведь во всем мире активно развиваются этномиграционные процессы, и пришлые иноэтничные группы (а, скорее всего, их элиты), разрастаясь в новых для них регионах, естественно, будут стремиться создавать и укреплять свои этносоциальные институты, в том числе и прессу. Уже сейчас американские исследователи предсказывают этнической прессе серьезное будущее и довольно высоко оценивают значение, в частности, испаноязычных СМИ в общественной жизни многих штатов страны (PR-специалисты 2006). Канадцы, осознавая

большое общественное значение растущих в стране диаспор и их СМИ, создали в Торонто ассоциацию этнических журналистов (The Yonge Street 2001). Рост этнических СМИ и их роли в жизни современного общества привлекает внимание аналитиков и во многих европейских странах (Свобода 2002; Муслим-пресс; Вечерний Тбилиси 2003 и др.). По нашим наблюдениям, и в России можно прогнозировать в ближайшие десятилетия заметные изменения не только в нынешнем соотношении количества общенациональных и этнически ориентированных СМИ, но и в их содержании, в повышении их значимости в судьбах этнических меньшинств и в целом – в общественных процессах в стране.

Некоторые ученые рассматривают современную этническую прессу, направленную только на представителей одной этнической группы (или религиозной общины), лишь как ее "парадную фотографию", где представлен материал о праздниках и традициях этнокультурных общин (Ганцева 2005). Однако подобное утверждение, действительно справедливое для советских времен и частично для наших дней, примерно с середины 1990-х годов уже требует серьезной научной корректировки. Необходимо подтвердить или оспорить и тезис о том, что "заметна нехватка этнических СМИ, и в этом есть трудности и даже проблемы" (Тишков 2007а). Действительно, на центральном радио и особенно на ТВ таких каналов нет, что и подчеркнул В.А. Тишков. Что же касается прессы, то, если и есть в этом потребность этнической группы, а ниша свободна, в современных экономических условиях этнические активисты ее быстро заполняют. А вот с утверждением о том, что "этническая пресса присутствует в России только на уровне регионов, поэтому носит узко национальный характер" (Там же), как показывают наши исследования, теперь вряд ли можно согласиться.

Какова общественная значимость этнической прессы?

Какую же общественную роль указанные каналы массовой информации играют и могут играть в современном полиэтничном российском обществе? Прежде всего в их создании заинтересованы сами этнические общности, находящиеся в разных регионах страны в положении этнических меньшинств. Этнические элиты и активисты не только создают и опекают подобные издания, но используют их для просвещения, защиты прав соплеменников, их сплочения. Исследователи уже давно согласились с тем, что именно элиты, поддерживая самосознание соплеменников, мобилизуют их на коллективные действия (Дробижева 1998: 41). А СМИ в современных условиях – один из самых удобных инструментов для такой мобилизации. Поэтому этнические лидеры и активисты стали особенно внимательны в последнее время к своим этническим изданиям. Например, руководители азербайджанской диаспоры в России ставят перед собой задачу "пропагандировать, рекламировать и всеми возможными способами продвигать" газету "Азербайджанский Конгресс"¹ (Потенциал 2008: 2). И эта задача наверняка будет выполнена, поскольку "более чем миллионная диаспора азербайджанцев в России выступает потенциальной аудиторией для газеты" (Там же). Причем, по словам руководителей диаспоры, важно не только заметно увеличить ее тираж (в настоящее время 7000 экз.), но и "существенно расширить ее влияние в России и в сопредельных странах". Лидеры диаспоры видят перспективы развития этого издания "в выходе его и на общеевропейский, и в какой-то мере – на общемировой уровень – в Германии, Франции, Великобритании, в Америке", где также проживают азербайджанцы (Там же).

Не менее пристально в последнее время присматриваются к этому каналу массовой информации региональные и федеральные политики, ведь хорошо организованные и подготовленные с помощью СМИ группы россиян любой национальности – довольно привлекательная для них часть электората (Сид 2005). Заметим, что опыт политиче-

ского (пока только предвыборного) использования этнических СМИ наблюдается не только в России, но и в других странах бывшего Союза, хотя и рассматривается толерантными аналитиками как деструктивный (*Ишмухамедов*). Что касается этнических изданий в России, то их политизация тоже уже не вызывает сомнений у исследователей.

Обратимся опять к материалам газеты "Азербайджанский Конгресс", вышедшей перед выборами российского президента в 2008 г. с лозунгом на первой странице: "Твой голос нужен России!". Перед выборами во многих регионах страны проводились собрания и встречи "этнической общественности", выступавшей со своим мнением по этому поводу: «Как и все сознательные, нормальные граждане России, мы собрались выразить свою поддержку плану Владимира Владимировича Путина и его команде. Поддержать кандидатуру Дмитрия Анатольевича Медведева и других кандидатов "Единой России"» (АК 2008: № 8, 10). Поддержку курсу новой России и новому президенту высказали и другие издания. В частности, "Еврейские новости" в передовой статье под названием "Мы надеемся" отметили: "Мы надеемся, что политическая преемственность, ставшая одним из ключевых тезисов предвыборной кампании Дмитрия Медведева, выразится в сохранении благоприятных условий для развития национальных общин и организаций" (Еврейские 2008: № 8).

Попытки обратить внимание на эти каналы массовой информации мы фиксируем и со стороны немногих исследователей (*Алиев; Богатова; Ганцева; Кондакова; Малькова; Тишков и др.*). Этим попыткам сопутствует ряд проблем. До сих пор в стране нет статистики этнически ориентированных СМИ (в том числе печатных изданий), нет более или менее их полных архивов, мало мест, где можно найти и приобрести данные издания. Все это, безусловно, затрудняет дальнейшую работу по всестороннему изучению этих изданий. Однако во время встреч с региональными журналистами нам удалось собрать определенный архив таких изданий (33 газеты этнических групп и диаспор по два–четыре номера каждая, 2002–2008 гг.)¹ Мы провели их сравнительный контент-анализ, позволяющий не только представить некий собирательный образ этнически ориентированных изданий, но и выявить основные направления их пропагандистской деятельности, рассмотреть этнические (этно-национальные) цели обществ, озвучиваемые их элитами через этот информационный канал.

Некоторые внешние характеристики изданий

В последние 10–15 лет практически во всех полиэтничных регионах России появилось немало этнических изданий. Особенно много их в столице и других крупных городах, где национальный состав населения наиболее разнообразен, а этнические элиты наиболее деятельны. Иногда этническая община или диаспора издает не одно, а несколько газет и журналов, нередко конкурирующих между собой (например, татарские, азербайджанские, армянские и другие издания в Москве, Петербурге и др.). Рассмотрим некоторые характеристики этих газетных изданий.

Внешний вид этих газет различен – от многостраничных изданий большого формата до маленьких – одна-две страницы – формата А4. Как правило, это зависит от финансовых возможностей общины и ее спонсоров.

Красочность, иллюстрирование и даже шрифт также зависят от статуса и финансовых возможностей газет и самих диаспор или этнических общин. Хотя в последнее время качество печати и этих изданий заметно улучшается. Некоторые газеты хорошо иллюстрированы, особенно в крупных центрах.

Периодичность. Абсолютное большинство этнических изданий выходит нерегулярно, раз в месяц или в два месяца, иногда с интервалом в полгода, зачастую номера этих изданий сдвоенные. Но есть и приятные исключения. Например, газеты "Азербай-

джанский Конгресс" (с 2008 г. – еженедельник), "Азеррос", "Международная Еврейская Газета", "Немецкая газета" и другие выходят, как правило, регулярно.

Издатели. Важным остается вопрос об авторстве данных изданий и их публикаций. Отметим, что далеко не все издания информируют читателей об этом важном вопросе. Создается впечатление, что это издания некоторых групп этнической интеллигенции, чаще всего гуманитарной, и активистов или лидеров этнических сообществ. Как правило, информация адресуется представителям своего этноса или "своему народу", своим единоверцам или целым группам родственных этносов, но иногда и местным или российским властям.

Язык. Общероссийские издания выходят, как правило, на русском языке, а локальные (региональные) – нередко на двух языках: на своем, этническом, и частично на русском. Но есть исключения и в крупных городах. Например, газета "Ентешем" ("Земляки") – орган московской чувашской национально-культурной автономии – выходит на двух языках, как "Татарские новости" – газета татар Российской Федерации, "Тольш" – независимая общественно-политическая газета тальшей (Санкт-Петербург). Названия газет также могут быть на своем этническом языке иногда с переводом на русский.

Тиражи газет не всегда указаны в выходных данных. Если "Международная еврейская газета" или "Татарский мир" издаются 15-тысячным тиражом, "Татарские новости" – 50 тыс. экз. (!), "Московская немецкая газета" – 13 600, "Азербайджанский Конгресс" – 7000, "Русская газета в Удмуртии" – 10 тыс. экз. (как и издание "Мы говорим" – для нацменьшинств стран СНГ и Прибалтики), то "Тальшский вестник" (Москва), например, – 5 тыс., "Тольш" (Санкт-Петербург) – 3000, а газета самарских немцев "Волжский курьер" – 500 экз.).

Читатели. Встает вопрос: для кого издаются эти газеты и журналы, на какую аудиторию рассчитаны? Ответ на данный вопрос неоднозначен. На первый взгляд, естественно, представляется, что этнически ориентированные издания рассчитаны на читателей той национальности (или конфессии), о которой идет в них речь, а также на граждан любой национальности, кто пожелает читать эти газеты. Разумеется, это так. Вполне понятно, что читают эти газеты далеко не все члены этнической общины, проживающие вдали от своего "этнического дома". Как правило, основные читатели – это прежде всего сами создатели газеты, авторы публикаций и близкие к ним этнические активисты. И чаще всего это представители этнической интеллигенции (нередко гуманитарии) или этнические функционеры. Именно они и подписываются на эти издания, которые распространяют зачастую бесплатно – в культурных центрах этнических общин, в постпредствах, в культовых учреждениях, иногда – в библиотеках, в магазинах, ресторанах и даже на рынках (например, азербайджанские, вьетнамские и др.). Поэтому довольно трудно сказать, какую реакцию можно получить в этническом сообществе от рядовой газетной информации. Однако когда в газете появляется яркая публикация о каком-то событии или явлении, близко затрагивающая жизнь общины или ее "этнической родины", то число читателей мгновенно вырастает. Представители принимающего сообщества, к сожалению, просматривают эти газеты редко. И это в основном авторы материалов (ученые, чиновники, отдельные граждане), которых приглашают создатели газет.

Типология этнических изданий может быть рассмотрена по их направленности и содержанию. Газеты не ограничиваются только описанием проблем и событий конкретной общины или региона. Поэтому нельзя говорить об их узком этническом значении. По охвату тематики и направленности эти издания можно условно разделить на: *международные, общероссийские и локальные*. В свою очередь, и эти группы вмещают в себе несколько типов изданий: издания для представителей одной этнической группы (это могут быть и международные, и общероссийские, и локальные газеты), издания для ряда близких соседей или нескольких этнических общин региона, из-

дания для представителей одной религии (это также могут быть и международные, и общероссийские, и локальные газеты), смешанные издания.

Целью нашего анализа было выявление актуальных проблем, которые особенно активно освещаются этнической прессой в последние годы (2002–2008), рассмотрение основных информационных форм и технологий, связанных с формированием этими изданиями этнической и российской идентичности, рассмотрение направленности информации на интеграцию или на обособление членов диаспор. В ходе анализа подтвердились наши предварительные наблюдения о том, что главная роль, предписываемая подобным изданиям еще в советские времена, – способствовать интеграции этнических меньшинств в окружающее их этносоциальное пространство и создавать им психологические условия для поддержания и развития своей общности и культуры, выполняется и в постсоветский период, хотя и не так однозначно. Однако в последние годы на первый план выходит не столько интеграционная и адаптационная миссия этих изданий в рамках России, сколько консолидационная миссия внутри диаспор.

Мы фиксируем, что проблемы межэтнического взаимодействия представителей меньшинств и диаспор с так называемым "принимающим населением" отражаются в большинстве этих изданий довольно слабо. Конкретные материалы на подобные сюжеты встречаются в газетах не часто. Как правило, это публикации о национальных праздниках, в которых принимают участие и окружающие этническую общину местные жители. Изредка рассказывается о представителях своей национальности, которые участвуют в общественной, политической или культурной жизни данного региона, города или страны. Например, в газете "Азербайджанский Конгресс" отмечается: "Это замечательно, что наши земляки трудятся (в России) во всех сферах – в экономике, в правоохранительных органах, в здравоохранении и образовании. Они успешно интегрировались в российское общество и приносят реальную пользу России" (АК 2008: № 10). Идея быть полезным России поддерживается прессой "зарубежных" диаспор. Некоторые общероссийские газеты уделяют определенное внимание и взаимоотношениям России и своей этнической родины, однако далеко не всегда речь в публикациях идет только о дружбе и сотрудничестве, нередко говорится и о сложностях этих взаимоотношений.

На страницах газет – и российских, и московских, – в качестве авторов и персонажей присутствуют известные люди данной национальности – лидеры диаспор, гости (в основном – деятели культуры и науки, писатели, артисты), рассказывается об общих для этнической группы мероприятиях – совместных национальных/этнических праздниках, концертах, спортивных соревнованиях. Отметим, что довольно редко пресса представляет здесь обычного человека – мигранта или старожилу – врача, учителя, торговца, строителя, т.е. простого жителя с его нуждами, тревогами, интересами. Поэтому в большинстве случаев опять приходится говорить не о прессе диаспор (хотя сама себя она так и позиционирует), а о прессе активистов диаспор. И это еще раз подтверждается как сравнительно невысокой тиражностью большинства изданий, так и не очень широкой их известностью даже среди соплеменников. Вместе с тем на страницах этой прессы нередко ставятся серьезные для российского общества вопросы, в том числе касающиеся межэтнического взаимодействия, выдвигаются интересные идеи, сталкиваются разные точки зрения, кипят страсти, которые требуют внимания, понимания и реакции российского общества.

Исследование подтвердило наши наблюдения о том, что многие этнически ориентированные издания, особенно выходящие в крупных российских городах, превратились в последние годы в заметные организационно-идеологические инструменты, которыми с разной степенью успешности пользуются этнические элиты страны. С помощью подобных изданий среди соплеменников распространяются и создаются коллективные представления о том, **что** объединяет их в единую группу и **что** выделяет их из остального российского населения. Можно фиксировать, что эти издания, как

и раньше, остаются источником этнического просвещения для представителей этнических групп, напоминая им об их истории, культуре, об актуальных этнонациональных ценностях и интересах. Это особенно важно для "этнической" молодежи, которая и составляет теперь немалую долю мигрантов. Но при этом нельзя не видеть, что в последние годы практически все этнические общины, издающие свои газеты, целенаправленно используют этот канал для духовного обособления (?) соотечественников в некое отдельное сообщество внутри России или региона.

Некоторые информационные приемы консолидации этнических групп

Вполне естественно, что с помощью этнически ориентированной прессы активно поддерживается и формируется этническое самосознание членов диаспоры или общины. Но как конкретно это происходит? Информационных приемов, помогающих психологически выделять группу из всего населения и консолидировать ее, в современной журналистике известно немало. В частности, в СМИ постоянно, в разных вариантах *акцентируется понятие "мы"*, как правило, с позитивной направленностью. Объединительные идеологемы и специальная лексика помогают создавать позитивные, "выгодные" представления о своей этнической общности, конструировать определенный образ "нас", психологически объединять своих сородичей в единую группу с общими характеристиками, ценностями и целями. Посредством СМИ людям неоднократно, в разных контекстах повторяют и внушают идею "мы", как бы очерчивая при этом границу нашей группы:

- *Мы все – члены одной этнической группы, у нас много общего.*
- *Мы живем здесь, в России, но у нас есть наша этническая родина, наша страна, откуда пришли мы или наши предки и где живут наши родственники.*
- *Мы представляем в этой стране (или в регионе) единое и особое сообщество, связанное нашим прошлым, настоящим и будущим, связанное нашей страной, нашей этничностью, а иногда и религией.*
- *Нас объединяют язык, история, культура и традиции, национальные герои.*
- *В настоящее время мы находимся в России, но не должны забывать своих корней, принадлежности к нашему народу, к нашей стране, в которую многие из нас вернутся.*

Подобные идеи постоянно тиражируются большинством этнических изданий, особенно азербайджанскими, грузинскими, еврейскими и другими газетами.

В поддержку идеи "мы" некоторые газеты ведут постоянные рубрики с говорящими названиями: "Мы – талыши" ("Талышский вестник"), "Мы – чувашы" ("Земляки"), другие поддерживают идею своей общности не только под специальными рубриками, но и на всех полосах издания. Со страниц газет лидеры этнических групп обращаются к землякам со словами: "Дорогие соотечественники!" (что вовсе не означает в данном контексте "россияне"). В текстах их выступлений (зачастую это парадные речи в дни праздников) повторяются слова: "наша нация", "наш народ", "наши земляки"...

Приведем некоторые конкретные идеологемы, направленные на консолидацию азербайджанцев и довольно активно распространяемые в последние годы газетой "Азербайджанский Конгресс":

- *Мы – сильный народ, имеющий Родину – молодое государство Азербайджан.*
- *Мы – это единая нация, несмотря на нашу рассеянность.*
- *Мы – это население Азербайджана и азербайджанцы всего мира.*
- *Мы – сильная диаспора. В России нас порядка 2 миллионов.*
- *Мы – тюрки, которых объединяют единые корни, единые традиции, религия, язык (АК 2007).*

На страницах этого издания можно встретить такие фразы: "Мы – азербайджанцы", "мы помним о национальной солидарности всегда", «если на исторической роди-

не мы представляем свой род, свою фамилию, то за ее пределами мы представляем свою нацию. Будем помнить об этом и делать все для того, чтобы имя нации "азербайджанец" звучало гордо, как высокое звание» (Там же). Показателен в этом отношении девиз, помещенный в шапке этой газеты: "Солидарность – наша опора". Именно формирование этнонациональной солидарности и ее идеологическое акцентирование и стало основным направлением в деятельности многих современных этнических изданий. Таким образом, данные издания становятся важной формой социальной организации представителей этнических меньшинств. И если в США, по исследованиям В.А. Тишкова, "появление этнических групп из эмигрантской массы происходило именно во втором-третьем поколениях" (Тишков 2003: 106), то у нас в стране в начале нового столетия этот процесс стал намного более стремительным. В современных условиях, с использованием особых информационных технологий, с помощью целенаправленной деятельности этнических активистов консолидация меньшинств может в отдельных случаях оформляться даже в первом поколении мигрантов.

Интересно в этой связи проследить, как в данных изданиях этнические идеологи интерпретируют для своих соплеменников **идею родины** и как они представляют им Россию – "новую" страну, где одни из них живут уже давно и куда другие приехали лишь недавно. Если, например, для татарской или чувашской газет практически нет сомнений, что "наша родина – это и Татарстан (или Чувашия), и вся Россия", то, по словам "Еврейской газеты", "мать – Россия" – это "географическая родина", а Израиль – "историческая родина". Иногда в подобных случаях газеты используют термин "этническая родина". "Второй родиной" для российских немцев называет Россию "Московская немецкая газета". А для миллионов азербайджанцев, живущих в настоящее время в России, это понятие, как пишут их идеологи, вполне однозначно: это Азербайджан. Одно из многочисленных свидетельств – публикация об азербайджанском писателе, 25 лет прожившем в Москве. Он уезжает на ответственную работу в Баку, и газета с восторгом пишет о том, что "наш соотечественник возвращается к себе домой, на Родину" (АК 2007: № 13). Эта и ряд других публикаций еще раз показывают, что идеологи диаспор, безусловно, поддерживают в соплеменниках представление о стране происхождения как о своем родном доме и, сплачивая сородичей, поддерживают идею возвращения в свой "этнический дом" или хотя бы мечту об этом. Но, оказывается, и здесь уже не все так однозначно. Можно встретить в газетах и другие примеры: дети российских азербайджанцев, живущие на Урале, стали суворовцами, "защитниками Отечества российского", – сообщает корреспондент "Азербайджанского Конгресса". И тут же добавляет: "Хочется пожелать, чтобы не забыли эти славные пареньки о том, что где-то существует и историческая родина их отцов – Азербайджан... Есть основание предполагать, что такое забвение им не грозит" (АК 2008: № 8). Но и для россиян важно, что возможно уже следующие поколения азербайджанцев, ставшие полноправными гражданами России, сохранив этническое самосознание, будут воспринимать эту страну как свою родину.

И все же подобные материалы заставляют задуматься прежде всего принимающую сторону: за какой период и насколько приезжие способны адаптироваться в новой для себя стране, интегрироваться в ее сообщество, почувствовать ее "своей" и стать в ней "своими", если им постоянно напоминают, что они находятся не дома, что их дом там, а не здесь? Причем, как мы знаем, напоминают не только их национальные идеологи, но и российские чиновники, во многом тормозящие их встраивание в российский социум. Однако в настоящее время само понятие "родина", связанное с Россией, несколько девальвировалось и в нашем обществе. Поэтому и для больших масс приезжих оно не может стать значимым без серьезных идеологических и прочих усилий. Скорее всего, в этих условиях старшие поколения приезжих могут навсегда остаться лояльными по отношению только к своей этнической родине, а не к России.

Таким образом, идеологическая позиция этнических элит и их пресса часто пока не помогают приехим определить их жизненную стратегию – остаться и прижиться в России или вернуться обратно на прежнюю родину. Конечно, большинство членов диаспор вряд ли читают эту прессу, но общий настрой на временность их жизни на новом месте, на определенную закрытость и замкнутость своей группы, ощущение некоторой своей чужеродности в принимающем сообществе явно не способствуют адаптации и интеграции мигрантов.

Еще одно направление в рассматриваемых изданиях – вопрос о том, что такое **современная диаспора**? Возможно, это множество людей одной национальности, самостоятельно приехавших в Россию и живущих здесь независимо от прежних традиций и связей? Или это представители (часть) единой нации, единовецры, на время приехавшие в чужую страну и организованные здесь в определенные структуры для контактов, взаимопомощи и поддержки "своих", а также "своей этнической родины"?

Конечно, существует немало серьезных научных работ по этим проблемам, в которых рассматриваются многие диаспорные вопросы (*Арутюнов, Козлов 2005; Дятлов 1999; Попков 2003; Савва 2006; Тишков 2000; Тощенко, Чантыкова 1996 и др.*). Исследователи изучают "классические и современные" диаспоры (иногда – "старые, относительно молодые и новые"), выделяют "дремлющие и пробуждающиеся", "диаспоры катаклизмов и трудовые диаспоры". В научных работах можно проследить неодинаковые подходы к своим и чужим диаспорам. Например, обращаясь к русской и российской диаспоре за рубежом, отечественные аналитики считают важным полнее использовать ее потенциал, хотя она все еще остается для россиян во многом "неизвестной эмиграцией", "молчаливой родиной"... Но, обсуждая роль миграционных этнических сообществ в жизни своей страны, аналитики не всегда могут определиться, как рассматривать это явление – как дополнительный ресурс для развития страны или как скрытую угрозу?

Термин "диаспоры", как показал наш анализ, в последние годы стал довольно активно использоваться во многих этнических изданиях, причем независимо от того, приехали ли члены этнической группы из других стран или, как, например, чуваша и татары, находятся в собственной стране. Этнические активисты не только старательно организуют диаспорные структуры в реальности, но и заботятся о формировании коллективных представлений соплеменников о них. Например, в газетах имеются рубрики: "Диаспора: проблемы и приоритеты", "Будни диаспоры" (АК 2008: № 10, 12). Создание виртуального образа своей этнической диаспоры, ее мифологизирование, своеобразное культивирование в ней собственной этничности стали одной из важных задач этнически ориентированных СМИ. Но что же вкладывают новые этнические идеологи в это понятие? Как и для чего они популяризируют его, закрепляют в сознании соплеменников?

Этнические идеологи пытаются рассмотреть и этот вопрос, обращаясь в газетных публикациях не только к читателям, но и к российской общественности. "Что такое диаспора для среднестатистического азербайджанца? Какую роль в его жизни играют диаспорные организации и играют ли вообще? Ведь многие соотечественники вообще не участвуют, даже не интересуются жизнью нашей диаспоры", – справедливо ставит, например, вопросы газета "Азербайджанский Конгресс". На них отвечает проф. Ибрагим Меликов. Он отвергает обвинения в адрес диаспоральных организаций азербайджанцев в том, что "они существуют на корыстной основе", "не помогают конкретным людям" и пр. Смысл диаспорной организации он видит прежде всего в том, "что она создает основу для общения, контактов и взаимодействия азербайджанцев между собой". Он также считает, что "диаспоральная организация необходима для укрепления национальной солидарности, чувство которой, чего греха таить, у некоторых слабо развито". К слову сказать, тревога в связи с появлением "лиц с пониженным нацио-

нальным самосознанием" заметна и в других этнических изданиях, например, в дагестанской газете "Елдаш" (Алиев 2007б).

Азербайджанский профессор подчеркивает, что "появились острые вопросы о путях дальнейшего развития азербайджанского сообщества, о его будущем. Но многие проблемы порождены нашей разобщенностью. Без соответствующей консолидации нам не решить многих проблем... Можно сказать, что от того, насколько азербайджанцы России будут лучше понимать и поддерживать друг друга, солидарно действовать, будет зависеть образ и авторитет самих азербайджанцев в России... Разобщенность при ксенофобских настроениях в современной России – путь к очевидной пропасти" (АК 2008: № 3). Практически о том же говорит в газете и другой азербайджанский лидер в России – Мамед Алиев, президент ВАК: "Азербайджанцы всего мира отмечают День национальной солидарности. Но мы помним о солидарности не только 31 декабря. В этот день в наши сердца стучатся с особой силой думы о Родине, о том, как много зависит и от диаспоры в обретении Азербайджаном лучшего будущего" (Там же).

Таким образом, очевидно, что укрепление этнической солидарности соотечественников в России, формирование и структурирование этнического (а иногда и земляческого) сообщества под названием "наша диаспора" – важная стратегическая цель новых постсоветских этнических элит. Данную цель они и реализуют, в том числе с помощью этнической прессы. А цель этой солидарности, консолидации "своих" в единое целое – не только поддерживать этноязыковые и бытовые контакты в чужой стране, не только помогать и защищать своих от ксенофобских настроений россиян, что, естественно, важно для группы. Важнейшая цель, кроме указанных, – стать заметной и значимой силой в общественном, экономическом и политическом пространстве России и с помощью серьезного потенциала диаспоры всемерно и всесторонне участвовать в общественно-политической жизни страны. И это уже получается. Идеологи с гордостью отмечают "нарастающее влияние нашей диаспоры в России" и прогнозируют, что участие (в данном случае – азербайджанцев) "в общественно-политической жизни России неизбежно будет нарастать" (Там же: № 11).

Но кроме этого вырисовывается еще более серьезная цель этнических политиков и идеологов, проживающих в России, – помощь исторической родине. Идея помощи довольно активно распространяется ими посредством этнических изданий. Об этом периодически пишут азербайджанские, украинские, грузинские и другие газеты: "Каждый из нас должен помнить о своей этнической родине, откуда вышел он или его предки. Он всегда должен помогать ей разными способами, в том числе и финансами". Это довольно важное обращение, принимающее порой форму призыва к землякам. И члены диаспор помогают строить на своей родине школы, объекты культуры, поддерживают учеников и учителей, других земляков, пересылают и привозят домой деньги, заработанные в России (АК 2008: № 10 и др.).

Формы идеологической консолидации членов диаспоры в прессе разнообразны. Этнические идеологи, например, конструируют ее современный **виртуальный образ**. Его важными характеристиками являются общие ностальгические воспоминания об этнической родине (и это очень серьезная функция сообщества), коллективизм или групповая солидарность, внутридиаспорные взаимодействие и взаимопомощь, приверженность общим этнонациональным ценностям. Как правило, в этнической прессе звучат идеи: "Нас в России много" (изредка – мало); "Наши соотечественники живут в этой стране во многих регионах" (встречаются выражения: "поистине глобальная диаспора" или "отделения ВАК работают в 73-х регионах РФ"); "мы (чуваши. – В.М.) – одна из самых многочисленных наций в России. И в Москве, и в России мы заявили о себе в полный голос..." (Земляки 2002: № 6). Порой в газетах подчеркивается, что "лидеры наших диаспор и общин заботятся о нас, организуют различные структуры, помогающие нам укорениться или приспособляться к местной жизни". Например, еврейские организации поздравляют в день рождения "своих молящихся", информируют их о ко-

шерных ресторанах и магазинах. Азербайджанские газеты публикуют информацию о том, где можно получить ту или иную справку, а также сведения о правоохранительных учреждениях, где может быть оказана помощь соотечественникам. Чувашская, армянская, азербайджанская, татарская, еврейская и другие общины в Москве и других российских регионах организовали специальные структуры, помогающие землякам в учебе, продвижении по службе, поисках работы, устройстве семейной жизни.

Консолидации членов диаспор, сохранению и формированию их этнической и диаспорной идентичности способствуют в этих изданиях и акцентируемые идеологами **общие задачи и цели**. Масштабы их различны: для одних они – в городском или российском пространстве, для других – порой и в мировом масштабе (например, азербайджанские, еврейские, армянские и другие газеты). По замыслу этнических идеологов, общие этнические цели также должны объединять представителей диаспоры, мобилизовывать их для некоторых акций в самой России и для помощи этнической стране. Конечно, для разных этнических групп эти цели тоже неодинаковы. Если, по словам татарской, немецкой, чувашской и других газет, их задачами являются этническое единение и поддержание (развитие) этнического самосознания членов своих групп, культуры, языка, традиций, отстаивание их прав и интересов в полиэтничном пространстве, то газеты других диаспор (бывших союзных республик) не только считают своей миссией диаспорную интеграцию, но прямо и недвусмысленно ориентируют сородичей на поддержание интересов и политики стран их выезда. Это мы отмечаем в украинских, белорусских, грузинских, азербайджанских, молдавских и других изданиях. Вот как озвучивает, например, задачи своего этнического сообщества лидер общины столичных армян: "Основные направления нашей деятельности – сохранение национальной самобытности, оказание взаимной социальной поддержки, помощь исторической родине – Армении и Нагорному Карабаху" (Гаранты 2007).

Особенно ярко сказанное отражается в прессе азербайджанской диаспоры, в частности в газете "Азербайджанский Конгресс", хотя здесь цели, связанные в основном с будущим "возрождением" страны и нации, иногда звучат несколько абстрактно:

- *Наша цель – обретение Азербайджаном лучшего будущего.*
- *В обретении Азербайджаном лучшего будущего много зависит от диаспоры.*
- *Наши мечты – о лучшем будущем исторической родины – Азербайджана.*
- *Наша цель – единение своей нации, взаимопомощь; нам необходимо сплачивать народ.*
- *Важно укреплять солидарность между всеми азербайджанцами мира.*
- *Необходимо объединение усилий в противостоянии общей угрозе (армянскому лобби); цель – наша борьба за правое дело.*
- *Наша цель – единение с тюркским миром и лидерство в нем Азербайджана и его президента* (АК 2007: № 14).

Очень красочной и эмоциональной иллюстрацией стремления диаспорных азербайджанцев к этническому единению представляется в этой связи высказывание одного молодого московского бизнесмена: "Я – азербайджанец и навсегда им останусь. Я откликнусь на любой зов Азербайджана и, если понадобится, во имя этой страны пожертвую всем. Если есть возможность, я всегда стараюсь помочь азербайджанской общине в России. Я считаю, задача каждого азербайджанца – поддерживать своих соотечественников" (АК 2007: № 15).

К целям и задачам, которые озвучивают лидеры диаспор в исследуемых изданиях, можно добавить и ряд мероприятий, показывающих довольно активную жизнь представителей этих сообществ в России, особенно в молодежной среде. Приведем некоторые примеры задач, поставленных региональными отделениями ВАК и опубликованных в газете "Азербайджанский Конгресс" в начале 2008 г.

- *Делать все, чтобы диаспора не чувствовала себя оторванной от родных корней.*

- Бережно хранить свою национальную культуру, свой язык, традиции.
- Создавать молодежные этнические клубы для поддержания и популяризации своей культуры и языка.
- Организовывать для наших соотечественников молодежные мероприятия, научные конференции, спортивные состязания, праздники "кухни".
- Организовывать свои "медиагруппы" в регионах; рассказывать в прессе о богатой истории, культуре и традициях своего народа, о жизни диаспоры в России.
- Организовывать праздники, концерты для молодежи, контакты с соседями, с диаспорными структурами, с местными властями.
- Помогать устраивать свою молодежь в российские вузы.
- Создать единый общероссийский информационный центр азербайджанской молодежи для координации и тесного взаимодействия.
- Интегрироваться в российское общество, укреплять дружбу с российским народом.
- Принимать активное участие в общественно-политической жизни России.

Приведем перечень задач Чувашской национально-культурной автономии Москвы, о которых сообщает газета "Земляки". Они также направлены на поддержание этнической идентичности:

- Пропаганда и развитие чувашской национальной культуры, традиций и укрепление национального достоинства; поддержание и развитие языка, культуры, обрядов, организация национального праздника "Акатуй"; мобилизация наших духовных сил и исторической памяти для сохранения национального самосознания.
- Организация некоммерческого клуба чувашских предпринимателей.
- Организация чувашского офицерского клуба г. Москвы (более 100 офицеров – чувашей и выходцев из Чувашии). В его задачи входит обмен опытом, земляческая поддержка, взаимовыручка, поддержка чувашской молодежи при поступлении в московские вузы и в продвижении по службе, организационное укрепление наших рядов, решение финансовых вопросов.
- Создание бюро по трудоустройству чувашских юношей и девушек в Москве.
- Дальнейшее повышение роли земляков – ученых и деятелей культуры – по пропаганде культурного наследия.
- Привлечение молодежи к деятельности НКА.
- Сотрудничество с НКА других национальностей (Земляки 2002: № 2).

Все мероприятия этнических объединений России направлены на сохранение этничности, поддержание этнического самосознания, языка, на взаимопомощь и этническую солидарность, отстаивание интересов своей общины и, кроме того, на отстаивание интересов своей бывшей страны (или региона). Мы фиксируем особую нацеленность элит на диаспорную молодежь, возможно, будущих этнических активистов. Очевидно, что подобная деятельность диаспорных сообществ, как и информация о ней в прессе, во многом ограниченная этническими рамками, безусловно, способствует внутренней консолидации их членов под эгидой своих лидеров. И это естественно для всех представителей этнических сообществ. Но как это вписывается в процессы интеграции членов диаспор в принимающее сообщество? Ведь местное население может неправильно понять поддержку представителей приезжих иноэтнических групп при устройстве на работу, при получении высшего образования... Где та разумная грань – этическая и политическая, которую можно или нельзя переходить активистам этнических сообществ в их деятельности? Ответ и на этот вопрос пока остается неясным.

Основная тематика публикаций о **традиционных этнокультурных ценностях**, которые также в разной степени пропагандируются на страницах данных изданий, касается этнической материальной культуры (кухня, одежда, изредка – традиционное жилище, родная природа), обычаев, традиций, музыки, языка, а в некоторых случаях – даже алфавита (например, в татарской, чувашской, тальшской газетах), этнических

мифов, легенд и литературы... Психологические характеристики народа встречаются редко. Все это – также немаловажные темы для подобных изданий. Рассказывая о традиционных этнических ценностях, идеологи не забывают об эмоциональном воздействии такой информации на чувства соплеменников.

С этой целью разными способами актуализируется в этнической прессе **этнонациональная память** членов диаспор. Это происходит, например, с помощью очень эмоционального описания многих исторических событий, свидетельствующих о бедах или триумфах, героях или предателях, гордости и унижениях своего народа во время известных и полузабытых войн, конфликтов и противостояний с далекими и близкими соседями. Авторами подобных публикаций выступают уважаемые ученые, живущие и в России, и на этнической родине. Как правило, здесь присутствует масса эмоций – гордость, боль, обиды, тревога за этническую родину, за этническое сообщество, за их будущее. Вот пример одной из подобных публикаций в газете "Тальшский вестник": "Достойные и убежденные сыны и дочери Тальша!... Теперешнее молодое поколение тальшей постепенно теряет свой родной язык, доставшийся нам в наследство от древних языков... Если так пойдет дальше, то через два поколения вряд ли останутся люди, говорящие на этом древнем языке. Не означает ли это смерть одного из древних и великих народов?" (Тальшский 2003). Подобные эмоциональные публикации, напоминая человеку о его сообществе, этнической истории, национальных героях, конечно же, тревожат его этническое сознание.

Озвучивание "наших" этнических обид в прессе – еще одна форма психологического объединения "своих". Число материалов на эти темы заметно увеличилось в последние годы. В них рассказывается об обидах этнических групп, случающихся в принимающем сообществе. Газеты создают и поддерживают комплекс групповой "этнической обиженности". Обидчики – это, как правило, местные или российские власти, но нередко и обычные россияне, жители разных национальностей.

Обид, оказывается, не так уж и мало. Прежде всего это эпизоды из нашей общей истории, которые в связи с годовщинами нередко специально реанимируются прессой. Так, в эмоциональной статье "Черный январь" – о публикации эссе Фархада Эгамалиева "Возвращение на родину" – говорилось о событиях 20 января 1990 г. в Баку, куда были введены войска. По словам автора, «залив в январе 90-го года азербайджанскую столицу кровью, он (Горбачев) уверен, что поступил абсолютно правильно и хорошо... Немалая часть москвичей была согласна с такими мерами... Из уличной толпы несло: "Так вам и надо!"... Нам привелось тогда услышать от русских такое еще и потому, что, помимо армянской антиазербайджанской истерии в центральной печати и на ТВ, все предыдущие дни распространялась преступная ложь о зверствах, якобы чинимых в Баку над русскими... Бакинское кровопролитие... Жуткие фотокадры... расстрелянные, раздавленные танками, сожженные заживо люди...» (АК 2007: № 1). Обвинительные мотивы звучат в прессе и других этнических общин. Они связаны с историческими событиями (татары, карачаевцы, лезгины), с обвинениями в адрес москвичей и россиян, например, за "Язык вражды" в российской прессе (о чеченцах, "Московская Объединенная газета"), и др.

Представители диаспор нередко упрекают Россию в отсутствии государственной поддержки и финансирования этнических общин в Москве. Землякам внушается мысль о том, что "нам трудно без помощи российского государства сохранять здесь свою этническую идентичность и поддерживать национально-культурное развитие" (азербайджанцы, татары, чуваша в Москве). В публикациях заметно недовольство тем, что у диаспорной группы в Москве существуют "проблемы с изучением национального языка" (татары, тальши, азербайджанцы и др.), что в России "мало издают наших книг и не продают их в Москве" (татары). Авторы некоторых сообщений высказывают озабоченность тем, что в связи с новыми мерами, вводимыми в Москве, "аренда жилья может стать новой формой контроля за мигрантами" (АК 2008: № 3).

В этнических изданиях отмечается, что межнациональные отношения в России не всегда стабильны, поэтому нередко "наши соплеменники испытывают трудности" в общении с другим населением. В прессе выражается обеспокоенность соседних государств морально-психологическим фоном для соплеменников и в целом – судьбой своих диаспор в России (Азербайджан, Грузия, Украина). Встречаются упреки российским властям в "слабой миграционной политике в России". Так, большой резонанс вызвало решение правительства РФ о ликвидации Министерства по делам национальностей, которое азербайджанские газеты оценивают как "неправильное". Негативная реакция наблюдалась в диаспорной прессе и в связи с решением российского правительства об упорядочении торговли на российских рынках (2007 г.). Поднимаются вопросы "нарушения прав и свобод граждан других стран", проживающих и работающих в России (прежде всего – азербайджанские и грузинские газеты). В некоторых изданиях активно проводятся идеи: "Мы подвергаемся здесь дискриминации и гонениям, нам угрожают и нас запугивают" (например, публикуются результаты социологических опросов, из которых следует, что половина россиян мечтает о черте оседлости для евреев – Еврейская газета 2007). Азербайджанские газеты также упоминают "о дискриминации" соотечественников в России.

Этнические идеологи делают из этого следующий вывод: "Нашу этническую группу дискриминируют, и, чтобы противостоять этой дискриминации, нам особенно важно держаться вместе и помогать друг другу".

Таким образом, даже этот краткий обзор современных этнических изданий показывает, насколько они изменились в последние годы. Этнокультурная тематика, с которой начиналась их работа два десятилетия назад, постепенно превращается в общественно-политическую. Разрозненные прежде этнокультурные объединения, все больше разрастаясь на российском пространстве, не ограничиваются теперь только культурно-психологической деятельностью. Во многих регионах (особенно в крупных городах) они постепенно становятся заметной общественной силой и уверенно вступают в общественную и политическую жизнь современной России (а нередко – и в финансово-экономическую, о чем мы здесь умолчали). Становится очевидным, что именно этнические СМИ современной России, руководимые новыми активными и дальновидными этническими элитами, со многими их достоинствами и недостатками, оставаясь в целом толерантными изданиями, могут быть и серьезным инструментом формирования групповых этнических идеологий, этнической организации и мобилизации соплеменников. Что же касается направленности их деятельности на освещение культуры и жизни принимающих (или доминирующих) сообществ, на интеграцию своих групп в российский социум, то здесь позиции указанных СМИ еще слабы.

Встает вопрос: а не приведет ли в дальнейшем гипертрофированное внимание диаспорных лидеров и идеологов к своей этничности, их стремление сплотить вокруг себя и вокруг идеи "этнической родины" соплеменников к росту этнического национализма в России? Не вызовет ли это целенаправленное этническое сплочение непонимание у принимающего большинства, у которого, по наблюдениям аналитиков, этническое самосознание находится в "полуспящем состоянии", а основной жизненной стратегией провозглашается развитие равноправного полиэтничного сообщества? Очевидно, что поставленная проблема требует дискуссий и более углубленных исследований.

Примечание

¹ Мы благодарим создателей газеты "Азербайджанский Конгресс" и лично ее главного редактора А.Ф. Дашдамирова, предоставивших нам возможность регулярного знакомства с ее публикациями.

Источники и литература

АК – Газета "Азербайджанский Конгресс". 2007–2008 гг.

- Алиев* 2006а – *Алиев К.* Кумыкский мир. 2006 / www.kumukia.ru.
- Алиев* 2006б – *Алиев К.* Государство и национальная печать // *Елдаш*. 2006. 4 авг.
- Арутюнов, Козлов* 2005 – *Арутюнов С., Козлов С.* Диаспоры: Скрытая угроза или дополнительный ресурс? // *Независимая газета*. 2005. 3 февр.
- Богатова* 2003 – *Богатова О.* Конструирование этничности и этническая пресса (на примере Республики Мордовия) (<http://www.tatar.yuldash.com>).
- Богданова* 2007 – *Богданова Л.* Союз журналистов этнических СМИ // *Крымские известия*. 2007. 28 февр.
- Вечерний* 2003 – Газета "Вечерний Тбилиси". 2003 г.
- Ганцева* 2005 – *Ганцева Д.* Этническая пресса в "простреливаемом" пространстве // *Менора*. 2005 (<http://www.tolerance.ru>).
- Гаранты* 2007 – *Гаранты "Общезития"* // *Миграция. Московское притяжение*. 2007. № 3.
- Дробижева* 1998 – *Дробижева Л.М.* Политические и социальные ориентации этнических групп как фактор межэтнической границы // *Социальная и культурная дистанции. Опыт многонациональной России* / Отв. ред. Л.М. Дробижева. М., 1998.
- Дятлов* 1999 – *Дятлов В.И.* Политический активизм армянской диаспоры в арабском мире // *Национализм и фундаментализм на Ближнем Востоке: Матер. конф. М.: ИИИ и БВ*, 1999. Февр.
- Еврейская газета* 2007 – *Еврейская газета*. 2007.
- Еврейские* 2008 – Газета "Еврейские новости". 2008. № 8.
- Земляки* 2002 – Газета "Земляки". 2002. № 6.
- Ишмухамедов* – *Ишмухамедов Ш.А.* Этнические аспекты на выборах в мажлис Республики Казахстан (<http://www.kisi.kz>).
- Кондакова* 2000 – *Кондакова Н.* Разноязычная пресса России // *Пресса и этническая толерантность: Пособие для журналистов*. М., 2000.
- Малькова* 2004 – *Малькова В.К.* Этнические аспекты журналистики: из опыта анализа российской прессы. М.: ИЭА РАН, 2004.
- Малькова* 2007 – *Малькова В.К.* Полиэтническая Москва в начале нового тысячелетия. Как видит и показывает ее столичная пресса. М.: ИЭА РАН, 2007.
- Муслим-пресс* – Информационное агентство "Муслим-пресс" мусульманских журналистов (<http://www.muslim-press.ru>).
- Попков* 2003 – *Попков В.Д.* Феномен этнических диаспор. ИС РАН. 2003 (<http://www.tovievich.ru>).
- Потенциал* 2008 – *Потенциал диаспоры* // *Азербайджанский Конгресс*. 2008. № 8.
- Савва* 2006 – *Савва М.В.* Новые диаспоры Краснодарского края. Краснодар, 2006.
- Свобода* 2002 – Радио "Свобода". Программа "Евразия" 12 июня 2002 г. (<http://www.svoboda.org>).
- Сид* 2005 – *Сид И.* Станут ли национальные СМИ сильной картой в большой игре? // *Со-Общение*. 2005. Март.
- Тальшский* 2003 – Газета "Тальшский вестник". 2003. № 1.
- Тишков* 2000 – *Тишков В.А.* Исторический феномен диаспоры // *Исторические записки*. 2000. № 3.
- Тишков* 2003 – *Тишков В.А.* Реквием по этносу: Исследования по социально-культурной антропологии. М., 2003.
- Тишков* 2007 – *Тишков В.А.* On-line конференция. 18.05.07 (<http://www.mediakratia.ru>).
- Тоценко, Чаптыкова* 1996 – *Тоценко Ж., Чаптыкова Т.* Диаспора как объект социологического исследования // *Социс*. 1996. № 12.
- PR-специалисты* 2006 – *PR-специалисты озадачены развитием этнических* // *СМИ* (<http://www.sovetnic.ru>).
- The Yonge Street* 2001 – *The Yonge Street Review*. 29.03.01 (<http://www.newcanada.com>).

V.K. M a l k o v a. Contemporary Ethnic Mass Media as an Instrument of Consolidation of Ethnic Communities

Arguing that studying the ideologies of ethnic communities in contemporary Russia is a vital and important area of research, the author analyzes the range of principal issues that have been emphasized in ethnic mass media, particularly the press, in 2002–2008. She discusses the information frameworks and technologies such media employ to project specific images of ethnic and cultural identity. Special attention is paid to the question what ethnic values, ideas, and goals are used by post-Soviet ethnic elites in their attempts to consolidate people into diasporic communities?