DOI: 10.17117/na.2015.10.04.343

<http://ucom.ru/doc/na.2015.10.04.343.pdf>

Поступила (Received): 24.10.2015

Глухов А.П.

Terra incognita социальных сетей как новая платформа дискурса для мигрантов в России

Glukhov A.P.

Terra incognita social networks as a new platform for migrant discourse in Russia

В статье предпринимается попытка выявления ключевых функций этносообществ социальных сетей (ВКонтакте и др.) в трансляции виртуальной этнонациональной идентичности мигрантов из Средней Азии и сохранении национальной культуры, проводится аналитика коммуникативных стратегий, тактик и ресурсов предписания виртуальной этнонациональной идентичности, а также альтернативных проектов этнонациональной идентичности

Ключевые слова: национальная идентичность, социальные сети, воспроизводство идентичности, виртуальные сообщества

The paper attempts to identify the key features ethnic communities of social networks (VKontakte, etc.) In the broadcast virtual ethno-national identity of migrants from Central Asia and the preservation of national culture, we analyze communication strategies, tactics, and resource requirements of virtual ethno-national identity, as well as alternative projects ethno-national identity

Key words: national identity, social networks, the reproduction of identity, virtual communities

Глухов Андрей Петрович

Кандидат философских наук, доцент
Национальный исследовательский Томский
государственный университет
г. Томск, пр. Ленина, 36

Glukhov Andrey Petrovich

Candidate of Philosophical Sciences, Associate
Professor
National research Tomsk state university
Tomsk, Lenina ave., 36

Данная статья написана на основе материалов, собранного в ходе реализации исследовательского проекта «Виртуальная этнонациональная идентичность мигранта в зеркале российских социальных сетей», **осуществляемого при финансовой поддержке Российского гуманитарного научного фонда (проект № 15-03-00300, 2015)**. Ключевой интеллектуальной интуицией этносоциологических исследований XXI века, как нам представляется, является осмысление факта смены локуса этноформирующей коммуникации с традиционных медиа, традиционных общин и социальных институтов на новые медиа и новые виртуальные социальные комьюнити. Пространство виртуальных сетей виртуальные комьюнити используют как новую сценическую площадку, на которой с помощью целого арсенала текстовых, аудио, видео и графических выразительных средств модераторы этносообществ и сами участники разыг-

рывают свою постановку-проект этноса за пределами patria, свою версию этнической идентичности.

Конструкционистский подход к проблеме формирования национально-гражданской и этнической идентичности, выраженный в работах англо-американских этнологов Э. Геллнера [1], Б. Андерсона [2], Э. Хобсбаума [3], наиболее адекватно описывает делегирование процесса этновоспроизводства виртуальным этнокомьюнити. В фокусе нашего исследовательского подхода находился феномен смены локуса формирования и воспроизводства этнической идентичности с традиционных масс-медиа (пресса, радио, телевидения, массовых праздников) на виртуальное пространство социальных сетей. Несколько лет назад российская исследовательница А.В. Лукина [4], используя конструкционистскую исследовательскую методологию, осуществила попытку проследить каким образом такие морфологические формы русской культуры как реалистическая литература, публицистика, драматический театр, живопись выступили в качестве медиопосредников для формирования «проекта» русской нации в XIX столетии. Исследовательница подчеркивала элитарный характер данного проекта и интерпретировала российскую идентичность как «навязанную» интеллектуальной элитой и правящей властью при помощи до-электрических медиа (образование, литература, ритуальные и церемониальные практики и т.д.)

В рамках проекта нами был проведен мониторинг русскоязычных этногрупп мигрантов из Средней Азии в российских социальных сетях (прежде всего, ВКонтакте). Объем данной статьи не позволяет дать развернутый анализ полученных в ходе реализации исследовательского проекта «Виртуальная этнонациональная идентичность мигранта в зеркале российских социальных сетей» результатов, но нам бы хотелось тезисно заострить внимание на некоторых важных аспектах происходящих изменений в области формирования, трансляции и воспроизводства этнической идентичности применительно к ситуации мигранта, обусловленных самой коммуникационно-технологической природой и новыми возможностями социальных сетей.

Во-первых, социальные платформы и виртуальные этнические группы создают технологическую коммуникационно-организационную инфраструктуру поддержки для офлайн этнических сетей. Как показало исследование, весьма частыми в этнических группах являются темы обсуждения родства и землячества: участники групп ищут общую почву для создания более прочных офлайн-сетей родственников и земляков, которым можно доверять.

Во-вторых, появление новых пограничных феноменов межличностной коммуникации – вирта, френдинга, лайкинга, троллинга, виртуального следования за другими (фолловинга) также трансформирует этноформирующий дискурс. Теперь сила и влияние виртуального проповедника этичности или религиозности может измеряться количеством фолловеров, одобрение этнических постов или мемов может выражаться в количестве лайков или репостов, этнофобия и интолерантность трансформироваться в dbhnefkmysq троллинг.

В-третьих, хотелось бы акцентировать такую особенность виртуально-сетевого общения как кратно возрастающие в виртуальном общении со стороны юзера, так и со стороны модератора, возможности управления впечатлениями о себе или о своей группе и менеджмента драматургии общения. В онлайн-общении на социальных платформах, благодаря широким возможностям наполнения персонального профайла, мигрант может заниматься «творением своей персоны», манипулируя вербальными, аудиальными и графическими (например, аватаром) символами в очень широком диапазоне [5]. Таким образом, сетевое общение выступает в роли компенсаторного механизма, позволяющего компенсировать социальную депривацию пользователя-мигранта.

Перечислим кратко выявленные основные функции виртуальных этно-комьюнити:

1. *Трансляция национальной культуры (религия, поэзия, музыка, живопись, танцы, кухня, прикладное искусство) через использование графического, аудио- и видеоконтента.* Посты или целые группы, посвященные национальной культуре можно подразделить условно на элитарную (высокая поэзия, музыка, этнографически-исторические исследования и зарисовки) и массовую популярную (аудиотреки и клипы национальных поп-звезд, национальные художественные фильмы, предметы прикладного искусства и блюда национальной кухни).

2. *Сохранение национальной языковой компетенции через общение в ленте активности, группах и сообществах, в том числе часто и на национальном языке (при написании кириллицей).*

3. *Координация деятельности национальных оффлайн-сообществ и анонсирование культурно-национальных мероприятий, национальных и религиозных праздников.* В виртуальных этносообществах присутствует масса постов, посвященных поздравлениям верующих и диаспоры в целом с праздниками Курбан Байрамом, Муххарамом (исламским Новым годом), годовщинами независимости среднеазиатских государств и другими религиозными и национальными праздниками; сети также используются для организации совместных празднований, проведения свадеб, деловых встреч, анонсирования создания адаптационных групп детей и взрослых мигрантов, культурно-просветительских мероприятий как на родине, так и в России.

4. *Оказание помощи и услуг в области культурной адаптации и правовой легализации, трудоустройства, рекрутинг рабочих рук (в том числе и на коммерческой основе).* Виртуальные этногруппы (особенно, кыргызские) содержат большое количество объявлений рекрутингового характера и предложение разного рода услуг для мигрантов-соотечественников: сюда входят, прежде всего, авиа-услуги и другие перевозки, поиск жилья, аренда и продажа квартир в России, помощь и консультации в получении работы, патента на работу, различных видов регистрации, медицинской страховки, групповые микрозаймы, запись в адаптационные и развивающие группы как для детей, так и для взрослых мигрантов.

5. *Поддержание культурных связей диаспоры с исторической родиной, трансляцию национальных новостных поводов.*

6. Эмоциональная поддержка соотечественников и выражение этнической солидарности. Эта виртуальная поддержка носит разнообразный характер, она может выражаться в формате апелляции к ностальгическим воспоминаниям о родном крае, утверждении национальной исключительности и превосходства в ситуации недружественного окружения и даже противопоставления себя русским.

Тематика предписывающего национального дискурса агрегирована нами в несколько ключевых дискурсивных топиков. К ведущим контентным дискурсам относятся религиозный, национальный и традиционалистски-советский типы контента-дискурса. При том, что они взаимно согласованы (быть подлинным сыном своего народа означает быть истинным мусульманином и чтящим традиции человеком), между ними нередко возникают противоречия, проявляющиеся в полемике на форумах сообществ. Приведем только один выразительный пример, когда в ходе разгоревшейся полемики на форуме по поводу максимы гордиться своим народом один из участников дискуссии в таджикской группе Ахмад Давлатбеков осудил гордость за свой народ как гордыню и высокомерие с позиций ислама как мировой религии, цитируя суру из Корана «у мусульман нет нации». Отсюда, имеет смысл различения подобных контентных дискурсов при всей их взаимосвязанности. В ходе дальнейшей реализации исследовательского проекта планируется, уже в перспективе семиотического подхода, углубить анализ выразительных средств, нарративистики и риторики воспроизводства и поддержания этноидентичности в виртуальных этнокомьюнити среднеазиатских мигрантов в российских социальных сетях.

Список используемых источников:

1. Геллнер Э. Нации и национализм. М.: Прогресс, 1991. 320 с.
2. Андерсон Б. Воображаемые сообщества. Размышления об истоках и распространении национализма. М.: Канон-Пресс-Ц, 2001. 333 с.
3. Хобсбаум Э. Нации и национализм после 1780 г. СПб.: Алетейя, 1998. 306 с.
4. Лукина А.В. Технологии производства и утверждения национальной идентичности // Гражданские, этнические и религиозные идентичности в современной России. М.: Издательство Института социологии РАН, 2006. 327 с.
5. Фриндте В., Келер Т. Публичное конструирование Я в опосредованном компьютером общении // Гуманитарные исследования Интернета. М., 2000. С. 40-54.