

СМИ И ЭТНИЧЕСКИ ЗНАЧИМЫЕ СИМВОЛЫ: МЕЖДУ ЗАКРЕПЛЕНИЕМ И ВЛИЯНИЕМ (НА ПРИМЕРЕ КРЯШЕНСКОЙ ГАЗЕТЫ «ТУГАНАЙЛАР»)



Андрей Евгеньевич Денисов,

Казанский (Приволжский) федеральный университет,
Казань, Россия,
Count-Denisov@yandex.ru

Получена 10.03.2023.

Поступила после рецензирования 25.04.2023.

Принята к публикации 07.06.2023.

Для цитирования: Денисов А.Е. СМИ и этнически значимые символы: между закреплением и влиянием (на примере кряшенской газеты «Туганайлар») // Дискурс-Пи. 2023. Т. 20. № 2. С. 68–85. https://doi.org/10.17506/18179568_2023_20_2_68

Аннотация

Статья посвящена анализу взаимовлияния этнических средств массовой информации и национального движения. Актуальность исследования обусловлена особенностями современного индивидуализированного общества, где из-за чрезмерного динамизма жизни и развития технологий утрачивается опыт непосредственного межличностного общения. Для этнических групп это может иметь крайне негативные последствия, поскольку возникает угроза ассимиляции со стороны более крупного сообщества. По мнению автора статьи, этнические средства массовой информации способны смягчить данные тенденции. Теоретико-методологической основой исследования выступает этносимволический подход, в котором ключевая роль в понимании развития нации отводится ее символической проекции. В статье дано определение этнически значимых символов как нарративов, вокруг которых формируется дискурс внутри сообщества. Их главная цель – сформировать этниче-

© Денисов А.Е., 2023



ское самоопределение. Охарактеризованы наиболее значимые символы кряшенского национального движения. Выделены модели их использования в газете «Туганайлар» с целью оказания влияния на самосознание кряшенского сообщества и развитие национального движения в целом. Это такие модели, как идентификация, соотнесение и мобилизация. Первые две модели направлены на формирование личного самосознания и групповой идентичности соответственно. Третья модель имеет иной механизм действия. Ее символы порождают дискуссии внутри сообщества и тем самым мобилизуют его. Также в статье выявлена корреляция между публикациями в газете «Туганайлар» за 2018–2022 гг. и моделями использования этнически значимых символов.

Ключевые слова:

средства массовой информации, печатный капитализм, этническая газета, идентичность, кряшенский приход, кряшенский язык, кряшены, православие.

UDC 323.1

DOI: 10.17506/18179568_2023_20_2_68

MASS MEDIA AND ETHNICALLY SIGNIFICANT SYMBOLS: BETWEEN REINFORCEMENT AND INFLUENCE (ON THE EXAMPLE OF THE KRYASHEN NEWSPAPER “TUGANAYLAR”)

Andrew E. Denisov,

Kazan Federal University,
Kazan, Russia,
Count-Denisov@yandex.ru

Received 10.03.2023.

Revised 25.04.2023.

Accepted 07.06.2023.

For citation: Denisov, A. E. (2023). Mass Media and Ethnically Significant Symbols: Between Reinforcement and Influence (On the Example of the Kryashen Newspaper “Tuganaylar”). *Discourse-P*, 20(2), 68–85. (In Russ.). https://doi.org/10.17506/18179568_2023_20_2_68

Abstract

The article analyzes the mutual influence of ethnic mass media and the national movement. The relevance of the research is determined by the peculiarities of modern individualized society, where due to the excessive dynamism of life and technological development,

the experience of direct interpersonal communication is being lost. For ethnic groups, this can have extremely negative consequences, as there is a threat of assimilation from a larger community. The author of the article believes that ethnic mass media are able to mitigate these trends. The ethnosymbolic approach serves as a theoretical and methodological basis of the research, so the key point in understanding the development of a nation is assigned to its symbolic projection. The article defines ethnically significant symbols as narratives around which the discourse within the community is formed. Their main goal is to build ethnic identity. The most important symbols of the Kryashen national movement are characterized. The models of their use in the newspaper “Tuganaylar” are highlighted in order to influence the self-consciousness of the Kryashen community and the development of the national movement as a whole. These are such models as identification, correlation and mobilization. The first two models are aimed at the formation of personal identity and group identity respectively. The third model has a different mechanism. Its symbols generate discussions within the community and thereby mobilize it. The article also reveals a correlation between publications in the newspaper “Tuganaylar” over the period 2018–2022 and models of the use of ethnically significant symbols.

Keywords:

mass media, print capitalism, ethnic newspaper, identity, Kryashen parish, Kryashen language, Kryashens, Orthodoxy.

Введение

По мере развития технологий общество утрачивает опыт непосредственного межличностного общения. Конечно, это происходит постепенно, но уже можно наблюдать сведение взаимодействий людей только к рабочим отношениям или отношениям, непосредственно связанным с конкретной социальной ролью (например, родитель – ребенок). Известный социолог З. Бауман в книге «Индивидуализированное общество» описывает данный феномен. Он утверждает, что из-за повышения скорости общественных отношений, чрезмерно высокого динамизма обстановки, в которой живет человек, его жизнь фрагментируется, дробится на функции, теряет свою целостность (Бауман, 2005, с. 160). Поскольку человек отдаляется от общества, его жизнь становится индивидуализированной, что порождает проблемы социальной адаптации (к любому виду общности – от рабочего коллектива до взаимоотношений со своей этнической группой), а это в свою очередь ведет к развитию недоверия к себе и окружающим.

Средства массовой информации прочно вошли в жизнь общества, без них трудно представить повседневность. Они помогают человеку разобраться в окружающей действительности, т. к. общество сильно усложнилось, и знаний конкретной личности недостаточно для его понимания. Особую роль в этом играют этнические СМИ. В зарубежной и отечественной науке существует большое количество социологических и политологических работ, которые посвящены взаимному влиянию этнических СМИ и национальных движений. Эти публикации можно разделить на несколько направлений. Некоторые авторы рас-

смаатривают этнические СМИ как инструмент общественного и политического участия этнических групп (Будаев и др., 2022; Tsai, 2022). Другие изучают их как своеобразную площадку для формирования гражданской и этнической идентичности (Gladkova et al., 2019; Yu, 2017). Третье направление совмещает первые два и направлено на исследование участия этнических СМИ в политических, экономических, социокультурных дискуссиях по непосредственно касающимся этнического сообщества вопросам с целью их решения (Авксентьев и др., 2020; Yu & Daniels, 2022).

Цель настоящей статьи – выявить взаимовлияние этнических СМИ и национального движения через использование этнически значимых символов. Посредством этносимволического подхода будут выделены наиболее значимые символы крышенского движения и модели их использования в газете «Туганайлар». На этой основе будет проведен корреляционный анализ использования данных моделей на практике и выделены наиболее эффективные их соотношения в национальном движении.

Закрепление или изменение?

Роль СМИ в формировании общественного мнения у большинства исследователей не вызывает сомнений. Однако во второй половине XX в. стали высказываться мнения, что их значимость существенно преувеличена (подробнее см.: Gitlin, 1978). В частности, с такой идеей выступил Дж. Клаппер, используя термин «закрепление»/«подкрепление» (reinforcement): СМИ подкрепляют существующие в обществе мнения, а не изменяют их, тем самым они выполняют роль проводников между установкой и действием. И хотя, по мнению Дж. Клаппера, функционал СМИ значительно ограничен, они могут усиливать общественное мнение, закреплять его на уровне сознания и тем самым стимулировать к действиям (Klapper, 1960).

Возникает вопрос, во всех ли случаях можно использовать концепцию закрепления для анализа роли СМИ в формировании общественного мнения и сознания. На наш взгляд, у нее достаточно узкие рамки применения. Не всегда у людей есть определенное мнение по поводу какого-то аспекта общественных отношений или происходящих событий. В частности, можно представить, что у людей может не быть непосредственного опыта столкновения с похожей ситуацией и не будет сформулированного паттерна поведения. В этой связи СМИ вполне могут повлиять на формирование мнения. Это касается не только обычных граждан, но и специалистов. Например, политологов или конфликтологов, которые вынуждены оценивать тот или иной политический конфликт только через СМИ, если нет более достоверной информации. В общественных науках данная концепция получила название «медиазависимость» (Gavin, 2018, p. 828).

Однако вышесказанное не исключает того, что люди, находясь в зависимости от СМИ, могут использовать полученную информацию для закрепления своих установок по отношению к той или иной проблеме в целом. Это доказывают и современные исследования. Так, например, Л. Мертен отмечает, что сейчас люди могут подбирать информационные источники «под себя», тем самым осуществляя контроль над тем, с какой информацией знакомятся (Merten, 2021,

р. 1019). Отслеживание новостей из-за обилия информационных источников становится целенаправленным и избирательным.

Таким образом, складывается противоречивая ситуация. С одной стороны, никто не отрицает важную роль СМИ в формировании общественного сознания, с другой – эта роль оказывается далеко не первостепенной, поскольку накладывается на уже существующие установки, стереотипы и паттерны поведения. Получается, что СМИ просто как источники информации существенно ограничены в воздействии на общество, но при этом могут использоваться как политический инструмент с четко определенными целями.

Печатный капитализм

В связи с вышесказанным стоит остановиться на концепции печатного капитализма. Этот термин ввел Б. Андерсон в книге «Воображаемые сообщества», впервые изданной в 1983 г. и посвященной распространению национализма в современном мире. Согласно его теории, печатный капитализм, чьим основным источником доходов выступает книгопечатание, является одним из самых важных социальных механизмов, через которые формируется общее пространство ценностей для достаточно разрозненных групп, а сами эти группы эволюционируют в единое сообщество (Андерсон, 2016). Несмотря на популярность данной концепции, следует признать небезосновательность критики конструктивистского подхода, которого придерживается Б. Андерсон. В частности, нельзя согласиться с его тезисом о том, что «нации имеют рукотворный характер». На наш взгляд, это является видом крайнего конструктивизма, который может быть основой для разного рода политических манипуляций с этническими группами.

Тем не менее не вызывает сомнений, что книгопечатание является прорывной технологией, способствующей быстрому и сравнительно дешевому распространению информации. Можно привести множество примеров того, как это происходило. Точкой отсчета истории книгопечатания в Европе считается Библия Гутенберга, которая была издана на латыни в середине XV столетия. Прошло чуть более полувека, и книгопечатание поспособствовало расколу в западном христианстве: протестантская идея отсутствия посредника между Богом и человеком прекрасно дополнялась широким распространением печатного Священного Писания на родных языках, а не на латинице. М. Лютер почти с самого начала Реформации задумался о переводе Священного Писания на немецкий язык, что способствовало расширению социальной базы протестантизма. В этом его поддержали и немецкие феодалы, стремившиеся выйти из-под власти папы римского. Как отмечают современные исследователи, во многом благодаря переводу Библии Лютером на немецкий язык разрозненные немецкие земли получили зачатки духовного и социокультурного единства (Горохов, 2022, с. 21).

Именно в этом значении идентичность понимается как краеугольный камень цельного сообщества, способного на коллективные действия. Как отмечается в современной политологической и социологической литературе, это означает достижение общего определения «мы», включая взаимное понимание целей, стратегий и среды, в которой действуют участники сообщества (Gawerc, 2020, pp. 6–7). Как видно из определения, феномен печатного капитализма может

соединить разрозненные группы в единое сообщество, но для этого должны быть серьезные исторические, политические, экономические и социокультурные предпосылки. Действительно, если бы у населения феодальных германских земель не было общей истории, культуры, территории, происхождения, веры и языка, то протестантизм не смог бы так быстро распространиться и укорениться в раздробленном немецком обществе.

В изучении данного феномена может помочь этносимволический подход к изучению нации. Один из основоположников этносимволизма Э. Смит определил его главную задачу как понимание развития нации через ее символическую проекцию, своеобразное субъективное измерение (Smith, 2009, p. 23). Под нацией в данном случае понимается некоторое сообщество, которое идентифицирует себя во внешнем окружении, имеет отличные от соседей общие символы, историю, территорию и представление о своем происхождении (Smith, 1986, pp. 21–22). Это как раз подходит под описываемый нами случай с немецким раздробленным обществом: население германских земель проживало в разных государствах, но понимало близость своего происхождения.

Очевидно, что печатный капитализм не создает нации с чистого листа, не изменяет существующие в обществе мнения, а лишь закрепляет их. Получается, что феномены печатного капитализма и СМИ в этом контексте схожи. Однако для успешного закрепления нужны символы, значимые для конкретной социальной группы. Если мы говорим об этнических группах и национальных движениях, то это будут этнически значимые символы.

Успешный трансфер таких символов в широкие слои населения, ведущий к становлению устойчивого этнического самосознания, придает национальному движению определенную легитимность не только в глазах населения, но и государственных структур. Национальные движения приобретают массовый характер, если ценность этнически значимых символов разделяют широкие массы населения.

Этнически значимые символы кряшен и модели их использования в СМИ

Перед тем как перейти к вопросу, как кряшенская газета «Туганайлар» осуществляет трансфер этнически значимых символов в широкие слои кряшенского сообщества, стоит немного остановиться на самих символах.

Все современные этнически значимые символы кряшен можно разделить на две большие группы – первичные и вторичные. Под первичными мы понимаем непосредственное наследие миссионерской деятельности Н.И. Ильминского второй половины XIX в. К ним можно отнести символ православия (как в контексте маркера кряшенской идентичности, так и в контексте некоторых особенностей православия в кряшенском сообществе) и символ кряшенского языка¹. Вторичные символы производны от первичных. Это вопрос о происхождении,

¹ Письменный церковнокряшенский язык на кириллице, который был создан Н.И. Ильминским на основе кряшенских народных говоров для перевода Священного Писания и совершения богослужений.

вопрос о времени принятия христианства и символ кряшенского прихода. Сами по себе эти символы мало отличаются от слов, если с ними не работать. Чтобы этнически значимые символы приносили пользу национальному движению и способствовали подкреплению этнического самосознания, необходимо их трансформировать в форму нарратива, который будет постоянно присутствовать в публичном пространстве. Если этот механизм запустить, нарративы сами начнут генерировать актуальные контексты и тем самым направлять на них внимание членов сообщества (Barassi & Zamponi, 2020, p. 593).

Также стоит кратко объяснить, что мы понимаем под этнически значимыми символами. В первую очередь это основа, на которую опирается любое национальное движение (в нашем случае кряшенское) в формировании своей идентичности. Этнически значимые символы – это нарративы, вокруг которых формируется дискурс внутри сообщества. Их главная цель – сформировать первоначальное внутреннее признание этнической группы, создать внутреннее самосознание. Также подобные символы нужны и как форма позиционирования своей этничности во внешней среде, перед другими этническими группами и государством, на их основе формируется внешнее признание (Денисов, 2019, с. 90).

Посредством этнически значимых символов происходит этнополитическая мобилизация населения для достижения целей национального движения. Эти цели могут быть объективными (например, предотвращение ассимиляции и расширение политического участия) и субъективными (в том числе личные цели лидеров движений под прикрытием этничности). Этнически значимые символы могут быть созданы искусственно, а могут сложиться с течением времени сами. Конечно, это зависит от целей движения, но чаще всего данные символы имеют двойственное происхождение. Так, например, у символа православия были исторические предпосылки еще со времен языческого состояния кряшен. И православие у них имеет этнокультурные особенности, в том числе почитание природы (ручьев, источников, деревьев) и бескровные жертвоприношения ей (каша). Однако миссионерская деятельность Н.И. Ильминского дополнила этот нарратив и дала толчок формированию новых символов, например, кряшенского языка и кряшенского прихода. Есть и другой вариант – символ вопроса о происхождении, который отсутствовал в середине XIX в., на заре кряшенского движения. Он сформировался в 1910–1930-е гг. на волне политического этапа развития движения, когда кряшены стали стремиться обособиться от татар и легитимировать себя как отдельную нацию.

Мы в своих работах уже предпринимали попытки выделить модели использования этнически значимых символов (Денисов, 2021, с. 171–174). Целью настоящей статьи является изучение того, как эти модели коррелируют с местом и ролью этнически значимых символов в национальном движении.

Первую модель можно назвать идентификацией. В качестве примера приведем ряд хештегов, построенных на идентификации, например, #кряшен или #мыкряшены. Здесь подключаются первичные этнически значимые символы, такие как православие и кряшенский язык. Нарратив построен таким образом, что если человек называет себя кряшеном, то он автоматически разделяет эти два символа. Конечно, далеко не все кряшены являются православными христианами, но на уровне идентичности это выступает важным маркером. Похожая

ситуация и с языком. Созданный Н. И. Ильминским церковнокряшенский язык фактически остался только в богослужебных кряшенских книгах и церковных службах (ситуация близка к латыни и церковнославянскому языку). Однако представители кряшенского сообщества считают свой язык отличным от татарского. В данном случае он выполняет наряду с символом православия важные символические и идентификационные функции с целью недопущения ассимиляции татарами (Denisov, 2019, p. 7470).

Вторую модель можно определить как соотнесение. В качестве примера может быть приведен символ кряшенского прихода. В отличие от модели идентификации этот символ напрямую не связан с каким-либо конкретным представителем кряшенского сообщества и не участвует в формировании его личной идентичности. Однако он относится уже не к первичным, а вторичным символам, эволюционировав из первых с усложнением функциональной нагрузки. Символ кряшенского прихода включает в себя набор других, более простых символов. В частности, кряшенский приход непосредственно связан с православием и богослужением на родном (кряшенском) языке. Есть и политическая составляющая. Так, в конце 1990-х гг. кряшенской общине в Казани передали большой храм практически в центре города, который был отреставрирован силами сообщества. Этот и другие кряшенские приходы стали нейтральной площадкой, где разрешались противоречия и споры между представителями общины. Во время второго кряшенского религиозного возрождения священнослужители из кряшен стали неформальными лидерами кряшенской общины, к мнению и авторитету которых прислушиваются все группы внутри движения (Денисов, 2020, с. 181). Символ кряшенского прихода формирует границу этнической и в более широком плане социокультурной идентичности не отдельно взятого человека, а группы в целом, поскольку создает защиту от ассимиляции со стороны доминирующего православного русского большинства.

Третью модель можно назвать мобилизацией. Сюда можно отнести такие этнически значимые символы, как вопрос о происхождении и вопрос о времени принятия христианства. В отличие от предыдущих моделей здесь совершенно иной механизм действия. Эти символы не идентифицируют определенного человека и не соотносят символические границы группы, а порождают дискуссии внутри сообщества и сплачивают его даже на фоне внутренних разногласий. Например, по вопросу происхождения и времени принятия христианства у большинства кряшен сложился консенсус. Именно эта модель, на наш взгляд, обладает наибольшим потенциалом в продвижении кряшенской идентичности через СМИ.

Газета «Туганайлар» как эмпирическая база исследования

Кряшенской периодической печати уже более 100 лет: первые газеты стали выходить еще до 1917 г. В этом отношении кряшены значительно выделяются среди других малых народов. Такие газеты, как «Дус», «Керешен», «Киняш» и «Керешен сузе», создали печатную традицию кряшенского народа, на которую опирается современное поколение, внося изменения, соответствующие духу времени. Можно с уверенностью сказать, что кряшены уже давно стали полноценным «печатным народом». Однако на сегодняшний день единственным

культурно-просветительским изданием кряшен является газета «Туганайлар», что объясняет ее выбор в качестве эмпирической базы исследования. Одна из ее целей – объединение разных территориальных групп кряшен, поддержание взаимосвязи между разными слоями кряшенского сообщества вне зависимости от материального положения, уровня образования, религиозного вероисповедания и политических предпочтений.

Газета появилась в год первой в истории современной России Всероссийской переписи населения в результате объединения более мелких кряшенских газет муниципальных районов Татарстана в республиканское издание. Это имело прямое отношение к кризису, связанному с дискуссиями по поводу так называемого кряшенского вопроса – стремления кряшен дистанцироваться от татар и записываться как отдельная этническая группа. 11 апреля 2002 г. между кряшенскими лидерами и органами государственной власти Татарстана было достигнуто компромиссное решение о выполнении требований кряшен в обмен на то, что данная этнографическая группа будет обозначаться в переписи как субэтнос, с итоговым суммированием в переписную категорию «татары» (Денисов, 2018, с. 330). Одним из требований как раз и было создание централизованного республиканского кряшенского издания.

Издателем газеты является «Татмедиа» – крупнейшая медиакомпания Татарстана, принадлежащая государству. Газета выходит преимущественно на татарском языке, но встречаются и русскоязычные публикации². В первую очередь газета ориентирована на представителей кряшенского сообщества. Однако среди ее читателей есть и другие народы Татарстана. В частности, на страницах газеты печатаются русскоязычные авторы, которые изучают данную этническую группу и вносят свой вклад в национальное движение. Тираж газеты не очень большой, распространяется преимущественно на территории Казани, а также в муниципальных районах и населенных пунктах, где компактно проживают кряшены. Газета распространяется и за пределами Татарстана, где есть кряшенское население: Граховский район Удмуртии, Бакалинский район Башкирии, Нагайбакский район Челябинской области.

Особо следует отметить, что газете удалось избежать печальной участи многочисленных малотиражных изданий узкой этнической или районной тематики, представляющих интерес только для представителей одного народа или односельчан. «Туганайлар» пользуется поддержкой государства, входит в один из самых крупных региональных медиахолдингов и представляет интерес для широкого круга читателей, а не только для кряшен. Это связано с тем, что в ней печатают материалы разного характера: и освещение событий в кряшенской общине, и материалы на религиозную, общественно-политическую, культурную тематику. Отдельного внимания заслуживают статьи по краеведению, истории кряшенских населенных пунктов, традиций и обычаев.

Далее мы обратимся к использованию газетой этнически значимых символов, чтобы прояснить, к какой модели она тяготеет. С этой целью нами был проведен корреляционный анализ частоты публикаций по трем показателям:

² Издание выходит два раза в месяц: первый выпуск на татарском языке, во втором присутствуют русскоязычные статьи.

1) символы православия и кряшенского языка (модель идентификации); 2) символ кряшенского прихода (модель соотнесения); 3) символы происхождения и времени принятия христианства. Было проанализировано 120 выпусков газеты и 28115 публикаций, размещенных с 2018 по 2022 г. на сайте³ и в официальной группе в социальной сети «ВКонтакте». Это обусловлено тем, что далеко не все материалы, порой очень важные, попадают в печатный вариант. Причина – объем материала (большие статьи выходят только на сайте) и язык, на котором он написан (русскоязычные статьи публикуются преимущественно в цифровом формате).

Количество записей, связанных с этнически значимыми символами, рассчитывалось нами на основе ограниченного контент-анализа всех статей и записей, которые были опубликованы в газете (в печатном и электронном виде). Контент-анализ использовался как некоторый фильтр, на основании которого выявлялись материалы по присутствию маркирующих слов и выражений, связанных с определенными этнически значимыми символами. После этого были вручную проанализированы материалы на предмет действительного наличия в них нарративов этнически значимых символов, которые могут оказать влияние на самосознание кряшен как этнической группы. Данный шаг был сделан, поскольку в большом количестве публикаций содержатся искомые слова и выражения, но это могут быть, например, поздравления с юбилеем, заметки о венчаниях или какая-то исключительно бытовая информация.

Таблица 1 – Количество публикаций, связанных с этнически значимыми символами, за 2018–2022 гг. (составлено автором на основании контент-анализа)

Table 1 – The number of publications associated with ethnically significant symbols over the period 2018–2022 (compiled by the author based on content analysis)

Год	Символ православия и символ кряшенского языка	Символ кряшенского прихода	Символ происхождения и символ времени принятия христианства
2018	7	6	1
2019	79	25	56
2020	61	35	35
2021	23	22	14
2022	27	11	5
Всего	197	99	107

На основе данных, приведенных в таблице, нами были выявлены корреляции между постами, связанные с моделями идентификации, соотнесения

³ Сайт газеты (<https://tuganaylar.ru/>) функционирует с 2011 г.

и мобилизации. Это проводилось на основании массивов количества постов как в целом, так и по отдельным годам в соответствии с той или иной моделью. Цель – нахождение взаимосвязи между моделями, т.к. предполагалось, что некоторые из них будут иметь между собой близкую связь из-за родственных этнически значимых символов, которые со временем трансформировались из первичных во вторичные.

На основе корреляционного анализа получены следующие результаты:

1) корреляция количества записей, связанных с символами православия и кряшенского языка (модель идентификации), и постов, посвященных символу кряшенского прихода (модель соотнесения), составляет 97,04 % (0,9704);

2) корреляция количества записей, связанных с символами православия и кряшенского языка (модель идентификации), и постов, посвященных символам происхождения и времени принятия христианства (модель мобилизации), составляет 98,39 % (0,9839);

3) корреляция количества записей, посвященных символу кряшенского прихода (модель соотнесения), и постов, связанных с символами происхождения и времени принятия христианства (модель мобилизации), составляет 93,55 % (0,9355).

Полученные результаты свидетельствуют о том, что газета «Туганайлар» сбалансированно работает с кряшенским сообществом. Нет перекосов в сторону той или иной модели использования этнически значимых символов.

Практика использования моделей в газете «Туганайлар»

Отметим некоторые нюансы практического использования моделей. Первый – это градация. Лидирующей моделью в практике газеты «Туганайлар» является идентификация, которая направлена на отдельно взятого представителя кряшенского сообщества. Вторая по значимости модель (не сильно уступает первой) – мобилизация. Газета поднимает много вопросов по происхождению, этногенезу кряшен и темам, связанным с принятием христианства. В меньшей степени, чем предыдущие две модели, проявляется символ кряшенского прихода. Это не означает, что в газете не затрагиваются вопросы церковной жизни кряшенской общины. Проблема заключается в общей картине постсоветской ситуации. С одной стороны, далеко не все представители кряшенского сообщества отказались от атеистических и материалистических взглядов (наследие советского прошлого), с другой стороны, как отметил Д. Узланер, наступил «конец православного консенсуса» (негативная оценка усиления присутствия религиозных институтов в публичном пространстве) (Узланер, 2020, с. 345).

Второй нюанс – практические связки моделей. Конечно, нельзя говорить о том, что какие-то определенные статьи и посты в газете влияют или не влияют на массовое сознание населения, даже если мы предположим, что «Туганайлар» читают все представители кряшенского сообщества. Однако мы исходим из предпосылки, что газета⁴ и национальное движение оказывают

⁴ Фактически она является официальным СМИ Общественной организации кряшен Республики Татарстан.

друг на друга взаимное влияние. Статьи, которые размещаются в газете, непосредственным образом связаны с общественно-политической ситуацией внутри движения и вокруг него. Верно и обратное утверждение, что газета оказывает корректирующее влияние на умонастроения кряшенского сообщества. Поэтому на основании частоты использования моделей в газете «Туганайлар» можно говорить о потенциальном влиянии на население. Опираясь на корреляционный анализ моделей с высокой степенью взаимосвязи родственными этнически значимых символов, можно предположить и прямо пропорционально возрастающее потенциальное влияние.

В подтверждение данного тезиса, используя ивент-анализ, приведем примеры из общественной жизни кряшенского движения и их отражение в газете «Туганайлар».

1. Модель идентификации и модель мобилизации (корреляция 98,39%). В качестве примера можно привести случай с общиной православных татар Москвы, которая в январе 2017 г. на XXV Рождественских чтениях организовала секцию «Православные татары (крещеные татары, крещены, кряшены, нагайбаки). История. Миссия. Будущее Православия среди татарского народа». Тем самым кряшены автоматически оказались включены в группу православных татар, что было сделано без предварительного обсуждения с ними и вызвало негативную реакцию. Для кряшенского сообщества вопрос отделения себя от «просто» крещеных татар является одним из ключевых, поскольку позволяет избежать ассимиляции. Газета «Туганайлар» решила выступить площадкой для прояснения ситуации. Так, например, в ней вышла статья тогдашнего руководителя Кряшенской духовной миссии протоиерея Димитрия Сизова, заявившего, что «...большинство кряшен не разделяет сознательного смешения таких понятий, как «православные татары» и «кряшены». <...> Уважайте традиции и обычаи кряшен, а также считайтесь с самоназванием народа»⁵.

Примерно в то же время некоторые лидеры православной татарской общины Москвы предложили использовать кряшен для христианизации татар, исповедующих ислам. Это было сделано с посылом, что кряшены – православные татары, и вызвало негативную реакцию как непосредственно в кряшенском сообществе, так и среди татарских националистов. Представители кряшенского движения выразили недовольство грубым вторжением в жизнь кряшен и игнорированием самобытного этнического самосознания (Sibgatullina, 2020, p. 141). В итоге кряшенским лидерам пришлось выступить со специальным заявлением, что кряшены не имеют никакого отношения к православным татарам Москвы, которые провоцируют как самих кряшен Татарстана, так и татар-мусульман.

Из приведенных примеров видно, как газета стремилась воздействовать, с одной стороны, на свое сообщество, чтобы смягчить ситуацию, с другой – отправляла четкие сигналы внешнему окружению, что кряшены не связаны с этими этнополитическими авантюрами. Здесь наблюдается гармоничное сочетание

⁵ Сизов, Д. (2017, 24 января). «Между нами не может быть братской любви». Кряшены Татарстана обратились к православным татарам Москвы. *Туганайлар*. Взято 5 марта 2023, с <http://tuganaylar.ru/news/novosti/mezhdu-nami-ne-mozhet-byit-bratskoy-lyubvi>

модели идентификации (символы православия и кряшенского языка) с моделью мобилизации (символы происхождения и времени принятия христианства).

2. Модель идентификации и модель соотнесения (корреляция 97,04%). В качестве примера можно привести трагедию 2013 г., когда были сожжены три кряшенских православных храма. Уже на следующее утро после поджогов, которые произошли в ночь с 28 на 29 ноября, в газете появилось несколько заметок с освещением ситуации. Поджоги кряшенских храмов были признаны терактом, направленным на расшатывание этноконфессионального мира в Татарстане, виновные были найдены и наказаны. Что касается газеты «Туганайлар», то частота обращения к теме кряшенских храмов после этих событий значительно повысилась. Тема поджогов храмов подвергла ревизии основы кряшенской идентичности, фактически соединив этническую и религиозную идентичность. Особенно ярко стала транслироваться следующая формула: «Кряшен, который принял ислам, перестает быть кряшеном». Как отмечают сами представители кряшенской общественности, народ словно проснулся, сплотился и принялся восстанавливать уничтоженные храмы (Мулина, 2016, с. 140).

3. Модель соотнесения и модель мобилизации (корреляция 93,55%). Отметим один неочевидный на первый взгляд момент. Мобилизация этнической идентичности на основе символа кряшенского прихода совершенно не означает, что у кряшен после этих событий качественно изменилась практика церковной жизни. По данным социологических опросов, 96,2% кряшен считают себя православными христианами (Денисов, 2020, с. 185), что, безусловно, является очень высоким показателем. В газете «Туганайлар» на постоянной основе публикуются материалы, посвященные жизни кряшенской православной общины, интервью со священниками, подробные объяснения церковных праздников и основ православного вероучения. Параллельно с активизацией с конца 1980-х гг. кряшенского национального движения происходило и второе кряшенское религиозное возрождение⁶. Важнейшую роль в этом процессе сыграл протоиерей Павел Павлов, на протяжении многих лет бывший духовником Казанской епархии. В конце 1980-х гг. на волне всеобщего возрождения православия в стране он взялся за восстановление православных традиций в кряшенской среде. Под его руководством был восстановлен храм Тихвинской иконы Божией Матери в Казани, ставший духовным центром кряшенской общины. В это же время Павел Павлов организовал и возглавил группу по переводу на кряшенский язык тех книг Священного Писания, которые не были переведены до революции.

Однако второе кряшенское религиозное возрождение не добилось значимых успехов в воцерковлении кряшен. Кряшенские приходы стали местом встреч, обсуждения насущных проблем, изучения церковнокряшенского языка, культурным центром и т. д., но не местом и центром полноценной церковной жизни. Этому способствовало крайне малое число священнослужителей из числа кряшен и незначительное количество храмов. Так, например, на 2021 г. только в шести приходах Татарстанской митрополии на постоянной основе совершались богослужения на церковнокряшенском языке (Кун, 2021, с. 69). Ситуация такова,

⁶ Первое возрождение было во второй половине XIX в., во время миссионерской деятельности Н. И. Ильминского.

что большой пласт материала в газете «Туганайлар», посвященный церковной жизни, не влияет напрямую на возрастание религиозности в кряшенском сообществе, а только подкрепляет религиозный маркер в этнокультурной идентичности.

Заклучение

СМИ не могут создать идентичность социальной группы (в нашем случае этнической) с чистого листа, они подкрепляют существующие в обществе мнения, а не изменяют их. Однако для успешного закрепления нужны этнически значимые символы, которые ведут к становлению устойчивого этнического самосознания. В настоящей статье на основе анализа этнически значимых символов в кряшенской газете «Туганайлар» были выделены три модели их использования: идентификация, соотнесение, мобилизация. Была выявлена корреляция между ними и публикациями в газете за 2018–2022 гг., что позволило получить следующие результаты:

1) Установлено, что в практике газеты «Туганайлар» лидирует модель идентификации. Второй по значимости является модель мобилизации. В меньшей степени, чем предыдущие две модели, проявляется модель соотнесения.

2) На основе частоты использования моделей в газете «Туганайлар» выявлено их потенциальное влияние на кряшенское население. Опираясь на корреляционный анализ моделей с высокой степенью взаимосвязи родственных этнически значимых символов, можно предположить и прямо пропорциональное возрастающее потенциальное влияние: модель идентификации и мобилизации (корреляция 98,39%), модель идентификации и соотнесения (97,04%), модель соотнесения и мобилизации (93,55%).

3) Посредством примеров из жизни кряшенского сообщества показано, что этнические СМИ ограничены во влиянии на национальное движение. Они могут лишь закреплять с помощью этнически значимых символов те нарративы, которые уже присутствуют в сообществе.

Список литературы

1. Авксентьев, В. А., Аксюмов, Б. В., Гриценко, Г. Д. (2020). Этничность в политических конфликтах: этнизация политики и политизация этничности. *Политическая наука*, (3), 74–97. <https://doi.org/10.31249/poln/2020.03.04>
2. Андерсон, Б. (2016). *Воображаемые сообщества. Размышления об истоках и распространении национализма*. М.: Кучково поле.
3. Бауман, З. (2005). *Индивидуализированное общество*. М.: Логос.
4. Будаев, Э. В., Кушнерук, С. Л., Курочкина, Э. В. (2022). *Коммуникативное сопровождение массовых протестов в СМИ*. СПб.: Научно-технологические технологии.
5. Горохов, П. А. (2022). Религиозно-философские аспекты протестантизма в ранних работах Мартина Лютера. *Общество: философия, история, культура*, (1), 13–22. <https://doi.org/10.24158/fk.2022.1.1>
6. Денисов, А. Е. (2018). «Кряшенский вопрос» во Всероссийской переписи населения 2002 года: попытка политизации этничности. *Вестник*

Российского университета дружбы народов. Серия: Политология, 20(3), 323–333. <https://doi.org/10.22363/2313-1438-2018-20-3-323-333>

7. Денисов, А. Е. (2019). Символы кряшенского национального движения в контексте политики признания Чарльза Тейлора. *Вестник Пермского университета. Политология*, 13(3), 88–98. <https://doi.org/10.17072/2218-1067-2019-3-88-98>

8. Денисов, А. Е. (2020). Религиозное возрождение как основа современного кряшенского национального движения. *Полития: Анализ. Хроника. Прогноз (Журнал политической философии и социологии политики)*, (4), 176–191. <https://doi.org/10.30570/2078-5089-2020-99-4-176-191>

9. Денисов, А. Е. (2021). Хештеги, нарративы и банальный национализм (на примере кряшенского движения). *Политическая наука*, (3), 161–182. <https://doi.org/10.31249/poln/2021.03.07>

10. Кун, В. А. (2021). Современное положение духовной миссии в кряшенском народе в республиках Башкортостан и Татарстан. *Вестник Оренбургской духовной семинарии*, (3), 65–78.

11. Мулина, И. А. (2016). Освещение православной жизни кряшен на страницах газеты «Туганайлар». *Кряшенское историческое обозрение*, (2), 139–142.

12. Узланер, Д. (2020). *Постсекулярный поворот. Как мыслить о религии в XXI веке*. М.: Издательство Института Гайдара.

13. Barassi, V., & Zamponi L. (2020). Social media time, identity narratives and the construction of political biographies. *Social Movement Studies*, 19(5–6), 592–608. <https://doi.org/10.1080/14742837.2020.1718489>

14. Denisov, A. (2019). “Kryashen language” as one of the symbols of Kryashen’s front. *International Journal of Engineering and Advanced Technology (IJEAT)*, 9(1), 7468–7471. <https://doi.org/10.35940/ijeat.A3118.109119>

15. Gavin, N. (2018). Media definitely do matter: Brexit, immigration, climate change and beyond. *The British Journal of Politics and International Relations*, 20(4), 827–845. <https://doi.org/10.1177/1369148118799260>

16. Gawerc, M. I. (2020). Diverse social movement coalitions: Prospects and challenges. *Sociology Compass*, 14(1), 1–15. <https://doi.org/10.1111/soc4.12760>

17. Gitlin, T. (1978). Media sociology: The dominant paradigm. *Theory and Society*, 6(2), 205–253.

18. Gladkova, A., Aslanov, I., Danilov, A., Garifullin, V. & Magadeeva, R. (2019). Ethnic media in Russia: Between state model and alternative voices. *Russian Journal of Communication*, 11(1), 53–70. <https://doi.org/10.1080/19409419.2018.1564355>

19. Klapper, J. T. (1960). *The effects of mass communication*. Glencoe: Free Press.

20. Merten, L. (2021). Block, hide or follow – personal news curation practices on social media. *Digital Journalism*, 9(8), 1018–1022. <https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1829978>

21. Sibgatullina, G. (2020). *Languages of Islam and Christianity in post-Soviet Russia*. Amsterdam: Brill.

22. Smith, A. (1986). *The ethnic origins of nations*. Oxford: Basil Blackwell.

23. Smith, A. (2009). *Ethno-symbolism and nationalism: A cultural approach*. New York: Routledge, 2009.
24. Tsai, H. (2022) Minority ethnic media: Challenges for the future. *Asian Journal of Communication*, 32(1), 21–40. <https://doi.org/10.1080/01292986.2021.2007275>
25. Yu, Sh.S. (2017). Ethnic media as communities of practice: The cultural and institutional identities. *Journalism*, 18(10), 1309–1326. <https://doi.org/10.1177/1464884916667133>
26. Yu, Sh.S., & Daniels, G.L. (2022). Journalism and ethnoracial minorities. In S. Allan (Ed.), *The Routledge companion to news and journalism* (pp. 426–434). London: Routledge.

References

1. Anderson, B. (2016). *Voobrazhaemye soobshchestva. Razmyshleniya ob istokah i rasprostranении nacionalizma* [Imagined communities. Reflections on the origin and spread of nationalism]. Moscow: Kuchkovo pole.
2. Avksentev, V.A., Aksiumov, B.V., & Gritsenko, G.D. (2020). Etnichnost' v politicheskikh konfliktah: etnizaciya politiki i politizaciya etnichnosti [Ethnicity in political conflicts: Ethnicization of politics and politicization of ethnicity]. *Politicheskaja nauka*, (3), 74–97. <https://doi.org/10.31249/poln/2020.03.04>
3. Barassi, V., & Zamponi L. (2020). Social media time, identity narratives and the construction of political biographies. *Social Movement Studies*, 19(5–6), 592–608. <https://doi.org/10.1080/14742837.2020.1718489>
4. Bauman, Z. (2005). *Individualizirovannoe obshchestvo* [The individualized society]. Moscow: Logos.
5. Budaev, E. V., Kushneruk, S.L. & Kurochkina, E. V. (2022). *Kommunikativnoe soprovozhdenie massovykh protestov v SMI* [Communicative support of mass protests in the media]. Saint Petersburg: Naukoemkie tekhnologii.
6. Denisov, A. (2019). “Kryashen language” as one of the symbols of Kryashen’s front. *International Journal of Engineering and Advanced Technology (IJEAT)*, 9(1), 7468–7471. <https://doi.org/10.35940/ijeat.A3118.109119>
7. Denisov, A.E. (2018). “Kryashenskij vopros” vo Vserossijskoj perepisi naseleniya 2002 goda: popytka politizacii etnichnosti [“Kryashen question” in the All-Russian census of 2002: The attempt to politicize ethnicity]. *Vestnik Rossijskogo universiteta družby narodov. Seriya: Politologiya*, 20(3), 323–333. <https://doi.org/10.22363/2313-1438-2018-20-3-323-333>
8. Denisov, A.E. (2019). Simvoly krjashenskogo natsional'nogo dvizhenija v kontekste politiki priznanija Charl'za Tejlora [Symbols of the Kryashen national movement in the context of Charles Taylor’s politics of recognition]. *Vestnik Permskogo universiteta. Politologiya*, 13(3), 88–98. <https://doi.org/10.17072/2218-1067-2019-3-88-98>
9. Denisov, A.E. (2021). Heshtegi, narrativy i banal'nyj nacionalizm (na primere Kryashenskogo dvizheniya) [Hashtags, narratives and banal nationalism (a case study of the Kryashens’ movement)]. *Politicheskaja nauka*, (3), 161–182. <https://doi.org/10.31249/poln/2021.03.04>

org/10.31249/poln/2021.03.07

10. Denisov, A.E. (2020). Religioznoe vozrozhdenie kak osnova sovremennogo kryashenskogo nacional'nogo dvizheniya [Religious revival as basis of the modern Kryashen national movement]. *Politiya: Analiz. Hronika. Prognoz (ZHurnal politicheskoy filosofii i sociologii politiki)*, (4), 176–191. <https://doi.org/10.30570/2078-5089-2020-99-4-176-191>

11. Gavin, N. (2018). Media definitely do matter: Brexit, immigration, climate change and beyond. *The British Journal of Politics and International Relations*, 20(4), 827–845. <https://doi.org/10.1177/1369148118799260>

12. Gawerc, M.I. (2020). Diverse social movement coalitions: Prospects and challenges. *Sociology Compass*, 14(1), 1–15. <https://doi.org/10.1111/soc4.12760>

13. Gitlin, T. (1978). Media sociology: The dominant paradigm. *Theory and Society*, 6(2), 205–253.

14. Gladkova, A., Aslanov, I., Danilov, A., Garifullin, V. & Magadeeva, R. (2019). Ethnic media in Russia: Between state model and alternative voices. *Russian Journal of Communication*, 11(1), 53–70. <https://doi.org/10.1080/19409419.2018.1564355>

15. Gorohov, P.A. (2022). Religiozno-filosofskie aspekty protestantizma v rannih rabotah Martina Lyutera [Religious and philosophical aspects of Protestantism in the early works of Martin Luther]. *Obshchestvo: filosofiya, istoriya, kul'tura*, (1), 13–22. <https://doi.org/10.24158/fik.2022.1.1>

16. Klapper, J.T. (1960). *The effects of mass communication*. Glencoe: Free Press.

17. Kun, V.A. (2021). Sovremennoe polozhenie duhovnoj missii v kryashenskom narode v respublikah Bashkortostan i Tatarstan [The current state of the spiritual mission in the Kryashen people in the republics of Bashkortostan and Tatarstan]. *Vestnik Orenburgskoy duhovnoj seminarii*, (3), 65–78.

18. Merten, L. (2021). Block, hide or follow – personal news curation practices on social media. *Digital Journalism*, 9(8), 1018–1022. <https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1829978>

19. Mullina, I. A. (2016). Osveshchenie pravoslavnoj zhizni kryashen na stranicah gazety “Tuganajlar” [Coverage of the orthodox life of Kryashens in the newspaper “Tuganaylar”]. *Kryashenskoe istoricheskoe obozrenie*, (2), 139–142.

20. Sibgatullina, G. (2020). *Languages of Islam and Christianity in post-Soviet Russia*. Amsterdam: Brill.

21. Smith, A. (1986). *The ethnic origins of nations*. Oxford: Basil Blackwell.

22. Smith, A. (2009). *Ethno-symbolism and nationalism: A cultural approach*. New York: Routledge, 2009.

23. Tsai, H. (2022) Minority ethnic media: Challenges for the future. *Asian Journal of Communication*, 32(1), 21–40. <https://doi.org/10.1080/01292986.2021.2007275>

24. Uzlaner, D. (2020). *Postsekulyarnyj povorot. Kak myslit' o religii v XXI veke* [Postsecular turn. How to think about religion in the 21st century?]. Moscow: Izdatel'stvo Instituta Gajdara.

25. Yu, Sh.S. (2017). Ethnic media as communities of practice: The cultural and institutional identities. *Journalism*, 18(10), 1309–1326. <https://doi.org/10.1080/14613757.2017.1381111>

org/10.1177/1464884916667133

26. Yu, Sh.S., & Daniels, G.L. (2022). Journalism and ethnoracial minorities. In S. Allan (Ed.), *The Routledge companion to news and journalism* (pp. 426–434). London: Routledge.

Информация об авторе

Андрей Евгеньевич Денисов, кандидат политических наук, старший преподаватель кафедры конфликтологии, Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Россия, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8616-6006>, e-mail: Count-Denisov@yandex.ru

Information about the author

Andrew Evgenyevich Denisov, Candidate of Political Sciences, Senior Lecturer, Department of Conflictology, Kazan Federal University, Kazan, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8616-6006>, e-mail: Count-Denisov@yandex.ru
