

КОЖЕВНИКОВ Алексей Михайлович – ассистент кафедры социологии и медиакоммуникаций факультета социологии и журналистики Московского государственного гуманитарно-экономического университета (107150, Россия, г. Москва, ул. Лосиноостровская, 49; reporterborg@yandex.ru)

СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ СТУДЕНТОВ – БУДУЩИХ ГОСУДАРСТВЕННЫХ СЛУЖАЩИХ

Аннотация. Статья основана на материалах авторского исследования формирования ценностных ориентаций студентов – будущих государственных служащих посредством влияния социальных медиа. В статье представлен анализ нормативных документов в области государственной службы и воспитания учащейся молодежи на ценностях общественного служения. Автор рассматривает классические взгляды на ценности и ценностные ориентации, их формирование в процессе интернет-коммуникаций и выделяет основные приоритеты ценностных выборов студентов в социальных сетях и их соответствие ценностным нормативным установкам и выявленным типам ценностных ориентаций студентов – будущих государственных служащих.

Ключевые слова: ценности, ценностные ориентации, социальные медиа, государственная служба, студенты

Вопросы сплочения общества, идентичности и солидарности как первоочередные и основные имеют глубокую значимость, поскольку определяют качество каналов социальной взаимосвязи, устойчивость и эффективность социальной системы. Не случайно президент России В. Путин подчеркивает: «С ценностями взаимопомощи, взаимовыручки, солидарности Россия живет тысячу лет, и сегодня они – главная опора нашей государственности»¹.

Ответ на эти вопросы обнажает необходимость поиска элементов и механизмов сплочения российского народа. Уроки истории учат, что основой единения народа является общая и значимая для всех крупная цель, воспринятая каждым членом общества как императив. В этом ключе особую роль обретает система государственного управления, от эффективности которой фактически зависит само существование российского государства и общества.

Многие отечественные ученые-социологи также акцентируют внимание на актуальности морально-нравственной, ценностной, этической значимости воспитания российского гражданина в целом и российского государственного служащего в частности. Так, доктор социологических наук О.В. Филимонов утверждает: «Назрела необходимость кодификации (на уровне федерального закона) этических норм государственной службы. Это может быть осуществлено как в форме этического кодекса (усредненного) государственного служащего, так и в видовых (по видам государственной службы) законах. В законодательство необходимо ввести понятие «этический климат на государственной службе», включающий внутри- и внесредовые его аспекты» [Филимонов 2018].

Бесчисленные факты говорят о том, что консолидированные силы Запада ведут открытую враждебную политику в отношении России в целом и ее социальных институтов и непосредственно граждан в частности. Среди институтов

¹ Главные цитаты выступления Путина перед совещанием с главами регионов. – *Известия*. 28.04.2020. Доступ: <https://iz.ru/1005466/izvestiia/ugroza-ne-ischeznet-vezde-i-srazu> (проверено 25.10.2023).

наиболее «опекаемыми» являются те, в которых осуществляется профессиональное и гражданское становление молодежи.

Для государства особую тревогу представляет вопрос формирования ценностных ориентаций будущих государственных служащих. Также этот вопрос представляет стратегический интерес для стороны противоположной, враждебной России, поскольку именно в руках будущих государственных служащих уже в обозримом будущем окажутся реальные инструменты управления всем государством и общественными процессами.

Существует ряд направлений воздействия на ценностные ориентации студенческой молодежи. Одно из них представляет особый интерес, поскольку в силу объективных и субъективных причин пока еще слабо контролируется ответственными государственными органами, но в то же время является одним из основных инструментов информационной борьбы западных специальных служб [Ларченков, Никитин 2018]. Это в широком смысле – интернет-технологии, а в более узком, конкретном, прагматичном – социальные медиа.

Проблема влияния социальных медиа и социальных сетей на общественные процессы уже несколько десятилетий побуждает и российскую социологическую мысль обращаться к ней. Наиболее известны исследования таких ученых, как Д.В. Акаев, С.В. Бондаренко, О.Е. Брун, В.Д. Винник, Д.Е. Вышегородцева, Д.А. Губанова, А.Б. Докторович, Д.В. Иванова, А.В. Кульминская, Д.В. Мальцева, Д.А. Новикова, А.Б. Шалимов, М.Н. Эпштейн и др.

Опираясь на сложный генезис научной категории «ценности», взгляды, концепции и теории видных отечественных и зарубежных ученых, можно выделить наиболее употребляемое определение ценностей: это система убеждений, осознанных и принятых оценок социальной реальности, формирующих поведенческие ориентиры. Напомним, ценность в социологии в большей степени представляет интерес как элемент социальной системы общественного сознания и культуры и первичная, базовая основа социального действия. При этом основная функция ценностей заключается в определении критерия выбора, распространяемого на все альтернативные способы действия. То же можно отнести и к ценностным ориентациям как к взвешенным, воспринятым, усвоенным, интериоризованным ценностям.

Важно отметить, что интериоризованная и формализованная обществом ценность приобретает характер социальной нормы: это правила социального поведения, функция которого уже не направлять, а спланировать и консолидировать общество.

Исходя из таких постулатов, а также из сущности и нормативных оснований государственной службы, можно предположить, что ценностные ориентации студентов – будущих государственных служащих (далее – СБГС) – это зафиксированные установки личности на конкретные усвоенные ценности окружающей социальной реальности, связанные с государственной службой и общественным служением, которые рассматриваются как цели и средства для удовлетворения потребностей. Их система создает мировоззренческую траекторию жизненных целей и социального развития личности и общества.

Современные молодые люди студенческого возраста в значительной степени выступают как социализированные личности. Личность современного студента имеет набор сформировавшихся качеств характера, целей и социальных установок, представлений о способах и методах достижения своих целей на основе своего уникального индивидуального опыта, полученного на ступенях своей учебной и нередко трудовой деятельности, а также разнообразных видов социального взаимодействия.

В рамках рассматриваемой темы были проанализированы более 50 законодательных, доктринальных и нормативных документов, начиная от Конституции РФ до региональных документов (договоры с религиозными организациями, постановления о региональной стратегии действий в интересах детей, Концепция развития системы духовно-нравственного воспитания детей и молодежи в культурно-образовательной среде и др.). Этот анализ дал возможность выявить набор конкретных «базовых национальных ценностей» (термин закреплен в Концепции духовно-нравственного развития и воспитания личности гражданина России), акцентуализированных в нормативно-правовых документах России.

Кроме того, имея данные анализа результатов социологических исследований [Горшков, Шереги 2010; Примаков 2020]¹, а также соответствующие теме открытые данные из учебных заведений регионов, можно выявить содержание и тенденции в наборе социокультурных и духовных ценностей из современных отечественных нормативных правовых актов, имеющих прямой и косвенный приоритет в обществе (часть из них представлена в табл. 1).

В строках таблицы «Социокультурные и духовные ценности российской молодежи» (см. табл. 1) представлена смысловая синхронизация полученных групп ценностей. Важно заметить, что здесь имеет место технологическое эмпирическое понимание духовных ценностей как имеющих идеальный, чаще всего институционализированный ориентир ценностей, которые направлены на саморазвитие и самоотдачу личности [Масликов 2023].

Также следует добавить, что все ценности в столбцах 2 и 4 табл. 1 согласованы с теми, которые наиболее актуальны непосредственно для государственных служащих и закреплены в соответствующих нормативных документах, таких как указ Президента РФ от 12.08.2002 г. № 885 «Об утверждении общих принципов служебного поведения государственных служащих» в редакции указов Президента РФ от 20.03.2007 № 372, 16.07.2009 № 814, 25.08.2021 № 493), Типовой кодекс этики и служебного поведения государственных служащих Российской Федерации и муниципальных служащих (одобрен решением президиума Совета при Президенте РФ по противодействию коррупции от 23 декабря 2010 г., протокол N 21) и др. Такое расположение позволяет увидеть нормативное (идеальное) представление о должностных ценностях российской молодежи и то, которое имеется в соответствии с полученными результатами социологических замеров, что позволяет включать выраженные молодыми людьми ценностные ориентации в управленческие механизмы соответствующих нормативных блоков.

Несмотря на то что таблица представлена не полностью (в силу объема статьи), она позволяет создать блок инструментария, касающийся непосредственно объекта нашего исследования, понять, какие именно ценности могут быть подвержены влиянию социальных медиа.

¹ Доклад первого заместителя начальника департамента Смоленской области по образованию, науке и делам молодежи Н.Н. Колпачкова «Об итогах работы по духовно-нравственному воспитанию детей и молодежи на территории Смоленской области в учебном году». Доступ: <http://www.myshared.ru/slide/1312173/> (проверено 25.10.2023).

Таблица 1

**Социокультурные и духовные ценности российской молодежи
(по материалам социологических исследований и контент-анализа
нормативно-правовых документов)**

Социокультурные ценности молодежи	Социокультурные ценности в нормативно-правовых актах	Духовные ценности молодежи	Духовные ценности в нормативно-правовых актах
Ум, когнитивные способности	Внимательность* Наука – ценность знания, стремление к истине, научная картина мира	Уважение к истории, культуре, семье, возрасту	Развитие
Целеустремленность	Патриотизм – любовь к России, к своему народу, своей малой родине, служение Отечеству Социальная солидарность – свобода личная и национальная	Любовь к Родине Милосердие	Патриотизм Социальная солидарность Общинный коллективизм
Уверенность в своем положении	Гражданственность – служение Отечеству, правовое государство, гражданское общество, закон и правопорядок, поликультурный мир, свобода совести и вероисповедания	Жертвенность, совесть	Скромность*
Чувство юмора, неконфликтность*	Семья – любовь и верность, здоровье, достаток, уважение к родителям, забота о старших и младших, забота о продолжении рода	Любовь	Семья
Доброта	Права и свободы человека и гражданина* Труд и творчество – уважение к труду, творчество и созидание, целеустремленность и настойчивость	Доброта	Доброжелательность*
Воспитанность	Уважение к обычаям и традициям народов России* Вежливость* Традиционные российские религии – представления о вере, духовности, религиозной жизни человека, ценности религиозного мировоззрения, кросс-культурного уважения, формируемые на основе межконфессионального диалога	Вера, уважение	Традиционные российские религии, вера

Социокультурные ценности молодежи	Социокультурные ценности в нормативно-правовых актах	Духовные ценности молодежи	Духовные ценности в нормативно-правовых актах
Обязательность	Добросовестность*, профессионализм* Искусство и литература – красота, гармония, духовный мир человека, нравственный выбор, смысл жизни, эстетическое развитие, этическое развитие	Смысло- жизненные	Искусство и литература
Независимость Сила Инициативность Красота	Человечество – мир во всем мире, многообразие культур и народов, прогресс человечества, международное сотрудничество	Уважение, любовь Красота как гармония	А также опосредованные выбираемыми изучаемыми дисциплинами (модулями): любовь, собранность, воздержание*, верность*, целомудрие, нестяжание*, кротость*, жертвенность, радость, трезвость, милосердие, самоотверженность, служение*, мужество и др
Уважение окружающих, включенность в значимые социальные группы	Соблюдение норм служебной, профессиональной этики*	Уважение окружающих	Духовно-нравственная консолидация многонационального народа России, социальная солидарность
Интересная работа	Причастность*	Трезвость	Уважение к родному языку, к самобытной культуре и самобытным культурным ценностям, к памяти своих предков, отечественной истории
Надежные друзья	Преданность*	Ответственность, жертвенность	Национальное государство, национальное самосознание (идентичность)

* Ценности, закрепленные в нормативных документах, имеющих непосредственное отношение к государственным служащим.

Обнаруженные в изученных нормативно-правовых документах характеристики «современного национального воспитательного идеала» ложатся в основу критериального отбора типов ценностных ориентаций российской

молодежи и создания социологического инструментария нашего исследования.

Такой методологический подход фиксирует непосредственно ориентационное отношение к ценностям. А в совокупности выявленные ценностные ориентации студентов – будущих государственных служащих целесообразно распределить исходя из предмета нашего исследования по убыванию основного признака – наличия идеальных ценностей, которые определены в нормативных государственных и институциональных актах.

В результате этими ячейками типов ценностных ориентаций СБГС видятся такие, как а) полностью разделяющие ценности государственного служения; б) не полностью разделяющие; в) не разделяющие; г) антагонистические государственному служению.

Данное распределение может напоминать секторы круга ценностей Ш. Шварца, что позволяет присвоить им соответствующие порядку условные названия: социальность – конформизм – гедонизм – эгоизм.

После проведения операционализации понятий и соответствующих теме исследования процедур с октября 2019 по февраль 2023 г. было проведено социологическое исследование. В ходе исследования были опрошены 437 респондентов. Вопросы-фильтры анкеты исследования исключили попадание в списки участников опроса людей, не являющихся студентами, обучающимися по специальности ГМУ. Основной массив информантов дали ведущие московские и некоторые российские университеты.

Последовательность процедуры обработки полученных данных следующая: в результате контент-анализа соответствующих источников выявлены и распределены ценностные ориентации студентов – будущих государственных служащих. Далее с помощью одномерного частотного распределения, таблиц контингентности и анализа групп множественных ответов методами математико-статистического анализа детализированы основные современных типы ценностных ориентаций СБГС – участников коммуникационных процессов в социальных медиа, их распространенность в исследуемой среде.

Результаты данного исследования позволяют увидеть распределение консолидированных блоков трех основных групп: 1) *духовные* ценности, основным критерием принадлежности к этой группе принята направленность развития личности на саморазвитие и самоотдачу, 2) *социокультурные* ценности, которые опираются на принятие личностью СБГС основных установок общественного взаимодействия, культурных принципов социума и профессиональных императивов, и 3) группа *материальных* ценностей.

Остальные вопросы в значительной степени подтверждали выбор, представленный в таблице. Так, к примеру, выбор СБГС между ценностями разного уровня показал, что между интересной работой и высоким денежным окладом приоритет был за последним, что в целом характерно для молодежи. Однако основная масса ответов все-таки характеризует стремление к компромиссу (см. табл. 2).

Также представляет интерес вопрос о самооценке своих интернет-коммуникаций: «Развивают ли предпочитаемые социальные медиа профессиональные ценностные ориентации?», – на который 62,34% СБГС ответили утвердительно, и лишь 5,2% не признали такого влияния. 26,6% респондентов выбрали ответ: «не задумываюсь о своем профессиональном развитии при использовании социальными медиа»; 5,2% считают, что не относящиеся к профессии социальные медиа для них более значимы.

В дальнейшем при определении типологических пропорций ценностные

Таблица 2

Предпочтения в выборе между интересной работой и высоким денежным окладом

Вариант ответа	Доля опрошенных, %
В большей степени предпочту интересную работу	12,34
В большей степени предпочту высокий денежный оклад	21,43
Предпочту максимальное приближение обеих категорий	64,29
Не задумывал(ась/ся) над этим	1,95

ориентации студентов – будущих государственных служащих были распределены по убыванию основного признака – наличия идеальных ценностей, которые определены в нормативных государственных и институциональных актах. В процессе статистической оценки путем синтеза консолидированных распределений и генерации новых переменных стало возможным установить весовое соотношение описанных ранее типов ценностных ориентаций СБГС.

Результат проведенного анализа показывает, что наиболее часто встречаемым из рассматриваемых типов, как и предполагалось, оказалась группа не полностью разделяющих ценности государственной службы – 43,2% респондентов. Это вполне объяснимо, поскольку молодые люди по факту еще не являются госслужащими как таковыми, в их судьбе еще возможны перемены, но, тем не менее, они в достаточно большой мере уже ассоциируют себя со многими ценностными атрибутами будущей профессии.

Вторым по наполненности типом оказались представители СБГС, в наибольшей степени разделяющие ценностные ориентации государственной службы – их 25,3%. Для этих людей ценности, связанные с их будущей профессией, действительно значимы, и они, руководствуясь ими, стремятся в дальнейшем максимально совершенствовать себя в соответствии с определенной для них целью. Вполне представительная группа – 21,6% – обладатели еще недостаточно ясно выраженных государственных ориентиров, профессиональных устремлений, основанных на личностных ценностных ориентациях. Группа молодых людей СБГС, ценностные ориентации которых в значительной мере расходятся с нормами общества и государства, составила 9,9%. В их подписках в значительной мере присутствует антагонистический контент, а их выбор чаще всего эгоистичен и не соответствует целям и ценностям государственной службы. Полученные распределения вполне отвечают и закону нормального (гауссова) распределения, и исследовательским ожиданиям.

В то же время современные процессы социализации молодежи значительно отличаются от процессов социализации прошлых поколений именно появлением крупного и почти независимого от государственного участия агента информирования и формирования ценностных ориентаций – социальных медиа.

Результаты исследований показывают, что соцсети позволяют влиять на человека через текстовую информацию, иллюстративные и фотоматериалы, видеоконтент и аудиодорожки [Макашова 2022]. В связи с такой специфичной функцией социальных медиа серьезные государственное и общественное внимание, основанное на научном подходе к рассматриваемому феномену, крайне важно.

Научный подход к формированию ценностных ориентаций студентов – будущих государственных служащих посредством влияния социальных медиа

непосредственно связан с процессом интериоризации. При этом под интериоризацией понимается внутриличностный процесс формирования индивидуальной, целостной и иерархичной системы ценностей личности, который заключается в становлении у индивида значимости правил, инструментов и целей социального участия [Огородников 2014].

В процессе интериоризации личность адаптирует свои возможности восприятия, отбора и актуализации, что приводит к трансформации ценностных ориентаций, а далее – к смещению ценностных точек восприятия действительности, восприятия ситуаций взаимодействия и когнитивных ограничений.

Процесс интериоризационных преобразований имеет четыре уровня: уровень адаптации, социализации, самоактуализации и трансценденции. Эти уровни возможно рассматривать как ступени развития и гармонизации личности.

Первый этап – адаптация – обеспечивает стремление к обретению равновесия в окружающей социальной среде. Восприятие ценностных установок при адаптации имеет основной целью сохранение и развитие личности в новой среде, поиск устойчивых моделей поведения, основанных на ценностях окружающего социума.

При втором этапе – этапе социализации – происходит принятие социальных норм, подкрепленных ценностями, принятие атрибутов социальной роли.

На третьем этапе – этапе самоактуализации – личность является полноценным элементом социальных отношений, при этом от выбора и копирования социальных моделей поведения человек переходит к конструированию этих моделей в соответствии со своими базовыми ценностями.

Достигая четвертого этапа – трансценденции, личность приступает к передаче своих установок, основанных на ценностных ориентациях. Она стремится к активному преобразованию социального окружения в соответствии со своими ценностями. Именно при достижении этого этапа в большей степени актуализируются ценности духовного уровня, ради которых человек готов и к самопожертвованию.

Однако следует понимать, что в нашем исследовании, помимо того, что около 10% СБГС отметили преобладание в их подписках антагонистического государственной политике контента, лидерами в приоритете тематических подписок СБГС являются тематики развлекательные и сатирические.

Опасно это тем, что враждебные организации, подобные центру информационно-психологических операций ВСУ (ЦИПСО), и их агенты в России под прикрытием юмора весьма эффективно распространяют крайне негативный для социума и государственной службы контент. Этот контент представлен преимущественно в виде мемов, коротких сообщений и картинок, осмеивающих основные базовые ценности нашего общества. Тем временем ряд ученых отмечают, что «смех (включая иронию) преодолевает страх и поэтому может ослаблять психологическое действие табу, позволяя человеку мысленно зайти в область ранее недозволенного» [Щипков 2017: 137].

В таком случае мы имеем место с негативной интериоризацией, где процессам адаптации, социализации, самоактуализации и трансценденции соответствуют обесценивание, дискредитация, замещение и трансляция.

Принимая во внимание указанный характер формирования ценностей и влияние на них социальных медиа, деятельность государственных и институциональных органов должна быть максимально активной на всех этапах аксиологических трансформаций молодежи.

Таким образом, социологическое исследование ценностных ориентаций СБГС в интернет-коммуникациях позволило установить, что существенное

большинство опрошенных студентов при проявлении активности в социальных медиа имеют вполне состоятельное понимание и установки, совпадающие с государственными и общественными ориентирами. Значимость ценностей духовного и социокультурного уровня для СБГС достаточно высока.

В то же время десятая часть респондентов показали свою чрезмерную увлеченность антагонистическими ресурсами социальных сетей. Кроме того, почти все СБГС уделяют значительное внимание развлекательному и сатирическому сектору социальных медиа, в которых всегда заложены латентные установки, противоположные ценностям государственной службы.

Следовательно, учитывать данные тенденции в воспитательной политике государства и общества как на школьном, так и на студенческом уровне, тем более при формировании ценностных установок будущих специалистов государственной службы, крайне необходимо.

Список литературы

Горшков М.К., Шереги Ф.Э. 2010. Ценностные ориентации, нравственные установки и гражданская активность молодежи. — *Мониторинг общественного мнения*. № 1(95). С. 5-36.

Ларченков В.В., Никитин С.В. 2018. «Highly likely» как фактор информационной войны (по страницам зарубежных СМИ). — *Военный академический журнал*. № 4(20). С. 104-114.

Макашова В.В. 2022. Дезинформация: технологии «креативной войны». — *MediaВектор*. № 6. С. 126-131.

Масликов В.А. 2023. Гармонизация и унификация определения понятия «духовные ценности»: социологический подход. — *Власть*. Т. 31. № 2. С. 202-214.

Огородников Ю.А. 2014. Роль интериоризации ценностей в становлении целостности личности. — *Муниципальное образование: инновации и эксперимент*. № 2. С. 3-6.

Примаков В.Л. 2020. Медиатизированное общество — новая реальность: как массмедиа формируют и регулируют общественные отношения. — *Новая реальность и современные коммуникативные технологии: сборник материалов международной научно-практической конференции* (под ред. А.Я. Карасюка, И.К. Харичкина). М.: Изд-во МГЛУ. С. 176-190.

Филимонов О.В. 2018. Профессиональная этика в механизме государственного управления. — *Труды Академии управления МВД России*. № 2. С. 67-71.

Щипков В. А. 2017. *Смех, табу и другие гуманитарные технологии*. М.: Изд-во МГИМО(У). 240 с.

KOZHEVNIKOV Aleksei Mikhailovich, Assistant at the Chair of Sociology and Media Communications, Moscow State University for Humanities and Economics (49 Losinoostrovskaya St, Moscow, Russia, 107150; reporterborg@yandex.ru)

SOCIAL MEDIA AS A FACTOR IN THE FORMATION OF VALUE ORIENTATIONS OF STUDENTS – FUTURE CIVIL SERVANTS

Abstract. The article is based on the materials of author's research of the value orientations of students – future civil servants through the influence of social media. The article presents an analysis of regulatory documents in the field of public

service and education of students in the values of public service. The author considers classical views on values and value orientations, their formation in the process of Internet communications and shows main priorities of students' value choices in social networks and their compliance with value normative attitudes and the identified types of value orientations of students – future civil servants.

Keywords: values, value orientations, social media, public service, students

ПЕШКОВА Вера Михайловна – кандидат исторических наук; ведущий научный сотрудник Института социологии ФНИСЦРАН (117218, Россия, г. Москва, ул. Кржижановского, 24/35, корп. 5; pever@mail.ru)

МЕЖДУНАРОДНАЯ МИГРАЦИЯ И ГРАЖДАНСТВО В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ (на примере миграции из Центральной Азии)

Аннотация. Основная цель статьи заключается в выявлении взаимосвязи международной миграции и гражданства в Российской Федерации, динамики этой взаимосвязи, а также особенностей стратегий натурализации иностранных граждан на примере мигрантов из Таджикистана, Кыргызстана и Узбекистана. С этой целью в тексте сначала рассматривается нормативно-правовая база, регламентирующая основания, условия и порядок приобретения и прекращения российского гражданства. Затем анализируется статистика приобретения разных миграционных статусов и гражданства. Завершает статью краткий анализ основных мотивов и стратегий получения гражданства. Автор делает вывод, что стратегии натурализации мигрантов тесно связаны как с нормативно-правовыми основаниями приобретения российского гражданства, так и с мотивами самих мигрантов, а также степенью их интегрированности. Для многих мигрантов основной мотив состоит в том, чтобы минимизировать риски и максимизировать доступ к ресурсам принимающего общества. Но есть и те (прежде всего, семейные мигранты с детьми), кто выбрал российское гражданство как часть своей стратегии долгосрочного проживания и интеграции.

Ключевые слова: иностранные мигранты, российское гражданство, миграционный статус, центрально-азиатская миграция, интеграция мигрантов

На протяжении последних десятилетий международная миграция остается одним из важнейших факторов социально-экономического развития России. Хотя в эти годы, разумеется, происходили изменения в темпах и динамике миграционных процессов, можно отметить несколько ключевых тенденций. Во-первых, с начала нулевых годов в миграционных потоках преобладает экономическая миграция. Во-вторых, более 90% иностранных мигрантов составляют граждане стран СНГ. Наконец, не менее половины этих мигрантов приходится на страны Центральной Азии – Таджикистан, Узбекистан и Кыргызстан, которые являются основным источником иностранной трудовой миграции в России¹. В связи с этим одним из политикообразующих факторов для современной России, как и для любого другого активно принимающего

¹ Численность и миграция населения Российской Федерации в 2022 г.: статистический бюллетень. М. 2023.