

political, economic, social, cultural, psychological, educational, and legal factors. However, measures to prevent extremism are associated first with the activities of the education system, informing citizens, government control and social conditions.

**Keywords:** extremism, extremist actions, factors of extremism, countering extremism, Russian youth

**БОЧКАЕВ Алу Ризванович** — аспирант департамента политологии факультета социальных наук и массовых коммуникаций Финансового университета при Правительстве РФ (125993, Россия, г. Москва, Ленинградский пр-кт, 49; [alubochhkaev1997@gmail.com](mailto:alubochhkaev1997@gmail.com))

## МОЛОДЕЖНЫЕ ЛИДЕРЫ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ В ПЕРИОД СВО В КОНТЕКСТЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С МОЛОДЕЖЬЮ

**Аннотация.** Актуальность данной статьи связана с тем, что значительная часть молодежи не заинтересована в событиях специальной военной операции России на Украине. Частично эта проблема может быть решена воздействием лидеров общественного мнения, продвигающих пророссийскую точку зрения на события военной спецоперации. Автор статьи рассматривает особенности взаимодействия лидеров общественного мнения с молодежью, отмечая неформальный и развлекательный контент как средство коммуникации с их целевой аудиторией. Через призму политологического подхода это взаимодействие формирует процессы взятия и сохранения власти над мнениями зрителей.

**Ключевые слова:** специальная военная операция, лидеры общественного мнения, политологический подход, самопрезентация, власть

Тематика, рассматриваемая в статье, актуальна в связи с интенсификацией военного конфликта, связанного со специальной военной операцией (СВО) России на Украине. Если СВО продолжится еще несколько лет, этот период придется на политическую социализацию молодежи и дальнейший политический курс государства. Это связано с процессами обратной связи, когда поддержка молодежи необходима для легитимации государства и его курса, в т.ч. при голосовании на выборах. По состоянию на 2020–2021 гг. к представителям молодежи относятся 39,1 млн чел. — это больше, чем каждый четвертый россиянин<sup>1</sup>. В то же время в 2022 г. численность трудящейся молодежи снизилась до минимума и составила 21,5 млн<sup>2</sup>. Помимо эмиграции части россиян, стоит отметить тренд старения населения, связанного с большим числом рождений в 1980-е гг. на фоне 1990-х — нулевых. Именно многочисленные представители поколения, рожденного в 1980-е гг., перестают быть молодежью — многие из них уже достигли 36 лет (за исключением уроженцев 1988 и 1989 гг.). Вместе с тем роль молодых россиян останется достаточно значимой.

СВО молодые россияне восприняли по-разному: одни поддержали, другие, наоборот, подвергли критике. Вопросы отношения молодых россиян к СВО

<sup>1</sup> Численность молодежи в России достигла 39,1 млн человек. Доступ: <https://rg.ru/2021/08/12/chislennost-molodezhi-v-rossii-dostigla-391-mln-chelovek.html> (проверено 05.06.2023).

<sup>2</sup> Количество трудящейся молодежи в России сократилось до минимума. Доступ: <https://lenta.ru/news/2023/04/11/min/> (проверено 05.06.2023).

ввиду ее новизны затрагиваются в академической литературе крайне редко, а их осмысление только начинается. Это актуально и для медийного сопровождения СВО. В частности, освещение СВО государственными медиа изучали А.А. Казаков и А.Б. Шатилов [Казаков 2022; Шатилов 2022]. А.В. Казаков отметил, ссылаясь на данные Фонда общественного мнения (ФОМ) в августе 2022 г., довольно низкий интерес молодых россиян к СВО: 48% респондентов в возрасте 24 лет редко следят за СВО, а 24% — вообще не интересуются ее событиями. Среди респондентов 25–39 лет эти показатели составляют 43% и 23% соответственно. Не в последнюю очередь такие цифры связаны и с медийным сопровождением, ошибки которого отмечает А.Б. Шатилов. В первую очередь, это непоследовательные действия, связанные с непроработанностью образа врага и формальной стилистикой подачи информации. Последнее не добавляет интереса к СВО со стороны россиян.

В данной статье автор ставит своей целью осветить деятельность лидеров общественного мнения (ЛОМов), занимающихся информационным сопровождением СВО и специализирующихся на молодежной аудитории. Задачи данной статьи — рассмотреть приемы, с помощью которых ЛОМы взаимодействуют с молодежью; изучить значение неформальной подачи информации, которая востребована молодежью; исследовать контент ЛОМов на примере отдельных материалов. Методология статьи опирается на политологический подход, согласно которому конечная цель субъекта политических и общественных процессов — взять как можно больше власти. В случае деятельности ЛОМов — это власть над целевой аудиторией. Основной метод исследования — сравнительный анализ деятельности российских молодежных лидеров общественного мнения.

По мнению автора, можно рассмотреть трех спикеров — Станислава Васильева (известен как Стас Ай Как Просто), Владислава Жмилевского (известного как Жмиль) и Александра Штефанова<sup>1</sup>. Такой выбор обусловлен государственнической и/или патриотической позицией С. Васильева, являющегося ведущим на канале В. Соловьева «Соловьев LIVE». А. Штефанов<sup>2</sup> — известный оппонент С. Васильева, снявший, в т.ч. в пик его фильму «Донбасский дневник», работу «Обыкновенная денацификация», где стремился показать те аспекты, которые не освещаются российскими массмедиа (по его мнению). В. Жмилевский занимает позицию посередине, имея опыт общения и с С. Васильевым, и с А. Штефановым<sup>3</sup>, в целом поддерживая позицию последнего, но подвергая резкой критике за призывы остановить СВО.

При освещении деятельности ЛОМов следует обратиться к ряду теоретических концепций. Прежде всего, это концепция самопрезентации — «представления себя другим» И. Гофмана, согласно которой место действия любого человека сравнивается с театром, где каждый из нас играет определенную роль [Гофман 2000]. Это особенно актуально для освещения деятельности ЛОМов. В контексте изучения деятельности ЛОМов, влияющих на молодежь, не в последнюю очередь в рамках концепции «представления себя другим», происходит конфликт С. Васильева и А. Штефанова<sup>4</sup> в публичном поле.

Другая концепция, теоретические положения которой автор применил в этой статье, — концепция лидеров общественного мнения П. Лазарфельда. В частности, П. Лазарфельд в 1940-х гг. выявил, что солдаты больше верят офице-

<sup>1</sup> Признан в РФ иноагентом.

<sup>2</sup> Признан в РФ иноагентом.

<sup>3</sup> Признан в РФ иноагентом.

<sup>4</sup> Признан в РФ иноагентом.

рам, а не СМИ в рамках американских президентских кампаний. Важнейшим итогом этих исследований стало положение о том, что избирателя (или другого потребителя информации) следует дальше убеждать в правильности уже принятого решения, а не склонять к противоположному. Теоретические положения концепции ЛОМов применимы в контексте деятельности рассматриваемых в статье спикеров: все трое убеждают в правильности какой-либо точки зрения свою аудиторию, преимущественно молодежную. Концепция ЛОМов на практике предполагает и ярко выраженную персонцентричность контента, что реализуется в настоящее время в т.ч. В. Жмилевским, С. Васильевым и А. Штефановым<sup>1</sup>. Суть персонцентричности контента заключается в том, что зрители больше верят не сказанной информации, а самому спикеру независимо от того, что он говорит.

Лидеры общественного мнения имеют активную позицию, уверены в правильности формирования какого-либо тренда, имеют широкие социальные контакты и стремятся заниматься решением проблем. В частности, все три вышеуказанных ЛОМа решают проблему незаинтересованности молодежи процессами СВО, применяя доступные им ресурсы (одни из основных — их собственные каналы).

Третья концепция, положения которой автор применяет в статье, — концепция когнитивных войн российского политтехнолога С. Уралова (он занимается изучением разработок аналитиков НАТО). Если перевести ее на российские реалии, суть концепции когнитивных войн заключается в том, что в настоящее время полем битвы становится человеческий разум<sup>2</sup>. Фейковая информация для того, чтобы вести когнитивные войны, вовсе не обязательна — достаточно лишь заниматься распространением вбросов с кликбейтным посылом, которые зрители будут распространять, не вникая в детали вброшенной информации.

С. Уралов считает, что когнитивные войны — наиболее продвинутый способ манипуляции сознанием<sup>3</sup>, влияющий как на индивидуальное, так и на коллективное поведение для получения тактических и стратегических преимуществ. Ведутся когнитивные войны с помощью когнитивных волн и когнитивных ударов. В рамках когнитивного удара на общество оказывается психологическое воздействие, чаще всего негативное. В результате когнитивных ударов получатели информации перестают критически ее воспринимать, тем самым становясь менее устойчивыми к внешнему воздействию. Те же закономерности применимы и к воздействию на свою аудиторию абсолютно любых ЛОМов, чтобы распространять продвигаемую ими точку зрения на какой-либо вопрос. В результате когнитивного удара наносится урон когнитивным способностям человека.

Совокупность когнитивных ударов С. Уралов характеризует как когнитивные волны<sup>4</sup>. Цели когнитивных волн (продолжение когнитивных ударов) — воздействовать для убеждения аудитории с выгодных для автора позиций; убедить в существовании ложной реальности, не соответствующей тому, что происходит. Объект когнитивных ударов и когнитивных волн, как правило, реагирует эмоционально, запуская деструктивные процессы среди своего окружения.

<sup>1</sup> Признан в РФ иноагентом.

<sup>2</sup> Countering cognitive warfare: awareness and resilience. URL: <https://www.nato.int/docu/review/articles/2021/05/20/countering-cognitive-warfare-awareness-and-resilience/index.html> (accessed 04.06.2023).

<sup>3</sup> Когнитивная волна. Доступ: <https://2050.su/kognitivnaya-volna/> (проверено 04.06.2023).

<sup>4</sup> Там же.

Автор статьи применяет концепцию когнитивных войн в рамках политологического подхода, когда лидеры общественного мнения, в т.ч. с помощью когнитивных ударов, стараются взять и/или удержать власть над аудиторией (в нашем случае – молодежной).

После теоретического блока автор статьи переходит к практическому, где исследует приемы, которыми на молодежь воздействуют С. Васильев, А. Штефанов<sup>1</sup> и В. Жмилевский как ЛОМы. Все трое отличаются неформальной подачей информации, востребованной именно среди молодых россиян, что делает их позиции выигрышными в этой среде. Стоит оговориться, что затрагивается не вся молодежь, а только зрители каналов трех вышеуказанных ЛОМов.

Одним из последних и самых известных мероприятий в журналистской деятельности В. Соловьева за последние полгода стало приглашение на свой канал известного видеоблогера С. Васильева, ориентированного на молодежную аудиторию. С. Васильев стал ведущим программы «Стас LIVE», где освещал политические проблемы. Помимо традиционных тем внешней политики для граждан старше 55 лет, он обсуждал вопросы, более востребованные молодежной аудиторией, например, занятость представителей ЛГБТ в образовании в государственных вузах<sup>2</sup>. Происходящее ведущий рассматривает иронически и даже саркастически.

Несмотря на то что контент С. Васильева персонцентричен, стоит отметить и гостей, которых он приглашает на свои передачи. Неформальный контент дополняется разнообразием подачи материала: периодически возникает более аналитический контент. Так, С. Васильев приглашал С. Уралова обсудить когнитивные войны, но это скорее исключение: подавляющее большинство контента передачи «Стас LIVE» носит развлекательный характер. Примером тому может быть приглашение видеоблогера с ником *GRPZDC/SimpDungeon*, более известного как Жора (Георгий – его настоящее имя).

Неформальный контент С. Васильева пополняется публичным инакомыслием спикера: практически в каждом выпуске указано, что «мнение автора может не совпадать с мнением редакции». Это применяется в двух целях. Во-первых, С. Васильев занимается привлечением молодежной аудитории на «Соловьев LIVE». Во-вторых, в т.ч. и с этой целью, он позиционирует плюрализм мнений на этом канале, где инакомыслящие могут свободно выражать свои взгляды. Дополнительный комический эффект привносит и критика С. Васильевым В. Соловьева до 2022 г. Для охвата антикоммунистически настроенной молодежной аудитории видеоблогер стал постепенно изменять свои взгляды с коммунистических на более сдержанные, что отмечал другой видеоблогер левого толка А. Рудой, называя С. Васильева «охранителем»<sup>3</sup>.

Вторая деталь предупреждения: «Мнение автора может не совпадать с мнением редакции» – признание авторитета С. Васильева как лидера общественного мнения, в т.ч. молодежного. В частности, этот авторитет был завоеван работой над фильмом «Донбасский дневник» в августе–сентябре 2022 г.

Для в основном аполитичной молодежи С. Васильев применяет образ обывателя, который мало в чем разбирается и смотрит на политические события как простой человек. На фоне известного шоумена, кинокритика и видеобло-

<sup>1</sup> Признан в РФ иноагентом.

<sup>2</sup> Стас LIVE. Как избавиться от бродячих собак, и страшная сила красоты. Эфир от 16.04.2023. Доступ: <https://smotrim.ru/video/2599225> (проверено 05.06.2023).

<sup>3</sup> Стас и «марксизм» на Соловьев LIVE. Ай как просто стать охранителем. Доступ: <https://www.youtube.com/watch?v=uNKV9vnbXRA> (проверено 05.06.2023).

гера Д. Пучкова С. Васильев выступает с позиций интервьюера гораздо реже, специализируясь на индивидуальной деятельности с выступлениями на широкую аудиторию. В частности, он выступил в РТУ МИРЭА в формате проекта «Диалоги о будущем», где пообщался со студентами<sup>1</sup>.

Автор статьи рассматривает деятельность другого российского ЛОМа А. Штефанова<sup>2</sup>, также документалиста, как и С. Васильева. Сам А. Штефанов<sup>3</sup> – представитель молодежи (2000 г.р.), создавший работу «Обыкновенная денацификация» в годовщину начала СВО. Помимо критического отношения к деятельности российской стороны, он активно критиковал и украинскую сторону, характеризую Евромайdan как государственный переворот. Пацифистская позиция А. Штефанова<sup>4</sup> критикуется украинскими комментаторами, часть которых считают, что он пользуется «методичками» Кремля. Один из основных нарративов, продвигаемых им для молодых россиян (его целевой аудитории) – критика С. Васильева и формирование пацифистской точки зрения, которую поддерживают и некоторые прагматики – сторонники СВО, которые желают сохранить территориальные приобретения России.

Третий лидер общественного мнения, деятельность которого рассмотрена автором статьи, – В. Жмилевский, известный как Жмил. Он формирует позицию реалиста среди своей целевой аудитории: он поддержал СВО и высказал точку зрения, что желать поражения российской армии недопустимо. В этом вопросе В. Жмилевский обращается к сложившемуся сейчас положению, а не к тому, что хотели бы видеть некоторые критики СВО.

На первом этапе СВО он освещал ход боевых действий для молодых зрителей по картам, периодически продолжает делать это и сейчас. Пророссийскую точку зрения среди молодежи он распространяет через критику таких оппонентов СВО и российского политического курса, как Г. Каспаров (выполняет функции иноагента)<sup>5</sup>, М. Певчих (выполняет функции иноагента)<sup>6</sup>, К. Семин<sup>7</sup>. Пророссийскую точку зрения он продвигает приглашением в гости таких спикеров, как А. Штефанов<sup>8</sup>, где В. Жмилевский является интервьюером<sup>9</sup>. Интервьюер с гостем подогревают интерес молодежи к СВО тем, что занимают умеренные позиции при расхождении в ряде моментов (тем не менее в значительной части вопросов В. Жмилевский солидарен с А. Штефановым<sup>10</sup> – например, оба критикуют носителей радикальных точек зрения).

Относительно неформального контента, востребованного молодежью, можно отметить его абсолютное преобладание среди молодежи. Пророссийская точка зрения распространяется В. Жмилевским через развлекательный контент, который также котируется именно в молодежной среде. Развлекательный кон-

<sup>1</sup> В МИРЭА прошла встреча со Стасом Ай Как Просто. Доступ: <https://www.mirea.ru/news/v-rtu-mirea-proshla-vstrecha-so-stasom-ay-kak-prosto/> (проверено 05.06.2023).

<sup>2</sup> Признан в РФ иноагентом.

<sup>3</sup> Признан в РФ иноагентом.

<sup>4</sup> Признан в РФ иноагентом.

<sup>5</sup> Белое пальто советского либерализма. Разбор Каспарова у Дудя. Доступ: <https://www.youtube.com/watch?v=CUGw5Qoyh7o> (проверено 05.06.2023).

<sup>6</sup> Что коррупция сделала с Певчих. Разбор интервью у Дудя. Доступ: [https://www.youtube.com/watch?v=7WCHMQ\\_uVYM](https://www.youtube.com/watch?v=7WCHMQ_uVYM) (проверено 05.06.2023).

<sup>7</sup> Жмил разбирает интервью Семина у Красовского. Доступ: <https://www.youtube.com/watch?v=5fGICHUBeEk> (проверено 05.06.2023).

<sup>8</sup> Признан в РФ иноагентом.

<sup>9</sup> Штефанов предлагает слатся? Разбор фильма + Штефанов в гостях. Доступ: <https://www.youtube.com/watch?v=3eqO-z0q9pM> (проверено 08.05.2023).

<sup>10</sup> Признан в РФ иноагентом.



тент грамотно сочетается с интерпретацией сказанного спикерами; в видеоматериалах, которые изучаются ЛОМом, не дается прямая оценка чьих-либо действий. Для завоевания популярности среди молодежной аудитории В. Жмилевский смотрит многочисленные аниме-фильмы (например, на 9 мая он включал фильм «Девушки и танки»)<sup>1</sup>. Здесь стоит отметить персоноцентричность контента, когда спикер подбирает тот контент, который востребован его целевой аудиторией.

При изучении медийного сопровождения событий СВО, как полагает автор статьи, роль относительно малоизвестных ЛОМов сильно недооценена, т.к. они ориентированы на более узкую аудиторию (в данной статье – на молодежную). Рассмотрим в общих чертах, как именно они себя позиционируют, применяя теоретические положения концепции самопрезентации И. Гофмана.

Например, С. Васильев создает образ спикера с позицией, отличной от позиции российских властей, который при этом занимает позицию советника, готового предлагать свои решения в освещении значимых событий. Именно так, согласно концепции ЛОМов, и решаются какие-либо серьезные проблемы. А. Штефанов<sup>2</sup> олицетворяет позиции критиков СВО с пророссийской стороны, работая с критически настроенной к ее событиям молодежью. Подобные персоны занимают пророссийскую позицию, что подтверждают и рядовые украинские комментаторы их резкой критикой. Также стоит отметить, что А. Штефанов<sup>3</sup> резко критикует украинскую языковую политику и попытки властей Украины вернуть территории, утраченные с 24 февраля 2022 г.<sup>4</sup> Таким образом А. Штефанов<sup>5</sup> делает более контролируемой критику СВО частью российской молодежи, не позволяя ей вылиться в деструктивное русло с последствиями в виде противоречия российскому законодательству. Стоит отметить, что при направлении критических настроений в нужное русло ресурсы А. Штефанова<sup>6</sup> (как и любого ЛОМа) ограничены, а значит, не стоит их преувеличивать.

Отдельно автор статьи отмечает В. Жмилевского со стабильной молодежной аудиторией, довольно радикально поддерживающего СВО. Он занимает позиции недопустимости нарушения российского законодательства, тем самым направляя свою аудиторию в законопослушное русло. Также он распространяет среди молодежи пророссийскую точку зрения: жителей Донецкой и Луганской Народных Республик чужими он не считает и поддерживает деятельность российской армии по освобождению территорий, подконтрольных украинскому режиму. Дополнительное преимущество В. Жмилевского – диалоговая информация, концентрирующая внимание зрителей: он приглашает гостей, в подавляющем большинстве пророссийских.

Таким образом, автор статьи реализовал цель освещения и анализа медийного сопровождения СВО среди молодежи. В работе был применен политологический подход, суть которого заключается в борьбе политических акто-

<sup>1</sup> День Победы: смотрим Парад Победы на Красной площади и выступление Путина; игра CS Condition Zero; Чат-рулетка; Аниме «Девушки и танки». Доступ: [https://vk.com/video/@karelian\\_balsam?z=video-170567511\\_456245157%2Fclub170567511%2Fpl\\_-170567511\\_-2](https://vk.com/video/@karelian_balsam?z=video-170567511_456245157%2Fclub170567511%2Fpl_-170567511_-2) (проверено 06.06.2023).

<sup>2</sup> Признан в РФ иноагентом.

<sup>3</sup> Признан в РФ иноагентом.

<sup>4</sup> Штефанов А. Все мы дети христианской цивилизации, где непотивление злу силою – самый правильный этический путь. Доступ: <https://t.me/alexandrshtefanov/6118> (проверено 06.06.2023).

<sup>5</sup> Признан в РФ иноагентом.

<sup>6</sup> Признан в РФ иноагентом.

ров за власть. Конкретно в этой статье это контроль российскими лидерами общественного мнения молодежной аудитории в контексте проведения Россией СВО на Украине. Три ключевые концепции, теоретические положения которых применены в статье, – концепция самопрезентации И. Гофмана, концепция лидеров общественного мнения П. Лазарсфельда, концепция когнитивных войн С. Уралова. Все три концепции здесь взаимосвязаны, и это можно охарактеризовать следующим образом: лидеры общественного мнения, занимая активную общественную позицию, представляют себя своим зрителям и стремятся получить над ними власть с помощью когнитивных ударов. Самопрезентация дополняется когнитивными боями, в т.ч. публичной полемикой с оппонентами (в нашем случае это критики СВО).

Для ЛОМов, взаимодействующих с молодежью, характерен неформальный контент, в т.ч. развлекательный: он позволяет завоевать симпатии молодых зрителей. Современный контент, распространяемый в Интернете, персоноцентричен, что говорит о том, что зритель доверяет именно лидеру общественного мнения независимо от того, что тот скажет. С позиций политологического подхода, рассматривающего общественные процессы через призму конкуренции за власть, зрители позволяют ЛОМам повелевать собой через внушение и распространение ими какой-либо точки зрения. В контексте продвижения пророссийского взгляда на СВО эти процессы полезны, полезна и их интенсификация. Взаимодействие ЛОМов с молодежью в контексте СВО ввиду динамичности развития событий нуждается в дальнейшем в более глубоких исследованиях.

### Список литературы

Гофман И. 2000. *Представление себя другим в повседневной жизни* (пер. с англ. и вступ. ст. А.Д. Ковалева). М.: КАНОН-пресс-Ц; Кучково поле. 304 с.

Казаков А.А. 2022. Отношение российской молодежи к СВО: роль медийного сопровождения государственной политики. – *Известия Саратовского университета*. Новая серия. Сер. Социология, политология. Т. 22. Вып. 4. С. 460-467.

Шатилов А.Б. 2022. Информационное и PR-сопровождение специальной военной операции России на Украине: основные тренды и уроки первого этапа. – *Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета*. Т. 12. № 4. С. 71-76.

BOCHKAEV Alu Rizvanovich, postgraduate student of the Department of Political Science, Faculty of Social Sciences and Mass Communications, Financial University under the Government of the Russian Federation (49 Leningradsky Ave, Moscow, Russia, 125993; alubochhkaev1997@gmail.com)

## YOUTH LEADERS OF PUBLIC OPINION IN THE PERIOD OF SPECIAL MILITARY OPERATION IN THE CONTEXT OF INTERACTION WITH YOUTH

**Abstract.** The relevance of this article is in the fact that a significant part of young people is not interested in the events of Russia's special military operation in Ukraine. This problem is partially solved by the action of public opinion leaders promoting a pro-Russian point of view on the events of the military special operation. The author of the article examines the features of the interaction of public opinion leaders with young people, noting informal and entertaining content as a means

of communication with their target audience. Through the prism of the political science approach, this interaction is the processes of taking and preserving power over the opinions of viewers.

**Keywords:** special military operation, public opinion leaders, political science approach, self-presentation, power

---

**КУРБАНОВА Карина Мурадовна** – ассистент департамента политологии, стажер-исследователь Института гуманитарных технологий и социального инжиниринга, аспирант департамента политологии факультета социальных наук и массовых коммуникаций Финансового университета при Правительстве РФ (125993, Россия, г. Москва, Ленинградский пр-кт, 49/2; kmkurbanova@fa.ru)

## НАЦИОНАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА КАК РЕГУЛЯТОР ЭТНОПОЛИТИЧЕСКИХ КОНФЛИКТОВ В РЕГИОНАХ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**Аннотация.** В современной науке анализ текущих этнополитических конфликтов, которые находятся в замороженной или латентной фазе, необходим. Без наблюдения за взаимодействием каждой из конфликтующих сторон, без мониторинга общественного мнения в социальных сетях (т.к. именно социальные сети сегодня являются основной площадкой провокаций этнополитических конфликтов) могут вспыхнуть новые очаги конфликта и привести к необратимым последствиям как для одного конкретного региона, так и для всего государства в целом. В статье автор рассматривает понятие этнополитического конфликта и причины его возникновения, анализирует политику федерального центра в отношении национальных республик России, где могут возникнуть этнополитические конфликты.

**Ключевые слова:** регионы, этнополитический конфликт, национальная политика, федеральный центр, социальный конфликт

Основоположник направления социального конфликта и автор теории функционального конфликта Г. Зиммель считал, что конфликт в обществе является неизбежным, т.к. впоследствии это стимулирует социально-экономическое развитие общества и государства в целом. Общество Зиммель делил на группы, которые должны обладать самостоятельностью, а также взаимодействовать друг с другом и другими социальными группами на основе внутренних законов (применительно к этнополитическому конфликту можно говорить о межэтнических конфликтах между народами внутри одного государства). Конфликт, который возникает в группе, может усилить ее централизацию, а также способствовать улучшению экономического благосостояния членов группы. Например, посредством межгрупповой борьбы определенная социальная группа сможет получить доступ к ресурсам, которые ранее для нее были недоступны. В своей теории социального конфликта Зиммель также говорит о том, что в конфликт может включиться третья сторона, которая может обеспечить взаимодействие двух сторон, что впоследствии приведет эти две стороны к компромиссному решению существующих проблем [Ильин 2019].

Во второй половине XX в. немецкий и американский социолог, один из основоположников социологии конфликта Л. Козер дал определение понятия конфликта как способа появления новых социальных норм или модерни-