

ПРОБЛЕМЫ ИНТЕГРАЦИИ И КРОССКУЛЬТУРНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

УДК: 39+312

DOI: 10.33876/2311-0546/2026-2/131-151

Научная статья

© А. В. Мальцева, Н. Е. Шилкина, М. Н. Боргардт

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ РУССКОЯЗЫЧНЫХ НЕМЦЕВ В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА: СРАВНИТЕЛЬНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ В РОССИИ, КАЗАХСТАНЕ И ГЕРМАНИИ

Статья посвящена исследованию социокультурной идентичности русскоязычных немцев и ее репрезентации в социальных медиа. Онтологически проблемой являются риски обеднения сложившихся социокультурных связей и возможной антироссийской трансформации социокультурной идентичности русскоязычных немцев на фоне распространения антироссийской риторики. Как российские, так и немецкие исследователи отмечают созидательное значение для идентичности немцев ее социокультурной составляющей. Концентрируясь на социокультурной идентичности, и основываясь на концепции отношений В. Н. Мясищевой и концепции вовлеченности А. Сакса авторы рассматривают вовлеченность русскоязычных немцев в онлайн репрезентации и обосновывают гипотезу значимости социальных медиа как платформы воспроизводства и формирования социокультурной идентичности. Гносеологическим вкладом в решение онтологической проблемы должна стать конструктивная информационная работа в социальных медиа с опорой на приоритет социокультурного единства русскоязычных немцев как способ укрепить социокультурные связи между народами и создать прочную опору для русскоязычной идентичности. Эмпирической базой исследования стали данные включенного оффлайн наблюдения проведенного в России (г. Санкт-Петербург Молодёжный клуб «Jugendblitz»); в Казахстане (г. Астана Клуб немецкой молодёжи «Diamant» и общество «Wiedergeburt»); в Германии (г. Вюрцбург Молодежный клуб неформального самоорганизованного инициативного сообщества российских немцев)

Мальцева Анна Васильевна — д. социолог. н., профессор кафедры социального анализа и математических методов в социологии, Санкт-Петербургский государственный университет (Российская Федерация, 199034 Санкт-Петербург, Университетская наб., д. 7–9). Эл. почта: a.maltseva@spbu.ru ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-1322-6255>

Шилкина Наталья Егоровна — д. социолог. н., доцент кафедры социологии молодежи и молодёжной политики, Санкт-Петербургский государственный университет (Российская Федерация, 199034 Санкт-Петербург, Университетская наб., д. 7–9). Эл. почта: n.shilkina@spbu.ru ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-6680-703X>

Боргардт Мария Николаевна — студентка магистратуры, Санкт-Петербургский государственный университет (Российская Федерация, 199034 Санкт-Петербург, Университетская наб., д. 7–9) Эл. почта: mari.borgardt@mail.ru ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0005-7698-1516>

*Статья подготовлена при поддержке Санкт-Петербургского государственного университета, шифр проекта 124032600013-2.

с мая 2022 г. по май 2025 г.; онлайн анкетирования русскоязычных немцев, проживающих в России, в Казахстане и в Германии с 3 по 20 мая 2025 г.; контент-анализа ключевых Telegram-каналов русскоязычных немцев «RusDeutsch», «Немцы Казахстана», «Riwweldeutsche», сбор данных с 1 марта 2024 г. по 1 марта 2025 г. Отмечено, что в самоопределении русскоязычных немцев присутствует восприятие себя как единого народа, сформированного в результате особой социальной истории на грани двух культур. Выявлено, что онлайн-практики и способы репрезентации социокультурной идентичности русскоязычных немцев варьируются контекстно стране постоянного проживания. Сделан вывод, что медийное пространство — платформа для воспроизводства и динамики социокультурной идентичности русскоязычных немцев, ресурсной для адаптации к новым социальным условиям.

Ключевые слова: социокультурная идентичность, русскоязычные немцы, российские немцы, немцы Казахстана, тепловая карта идентичности

Ссылка при цитировании: Мальцева А. В., Шилкина Н. Е., Боргардт М. Н. Репрезентация социокультурной идентичности русскоязычных немцев в социальных медиа: сравнительное исследование в России, Казахстане и Германии // Вестник антропологии. 2026. № 2. С. 131–151.

UDC: 39+312

DOI: 10.33876/2311-0546/2026-2/131-151

Original article

© Anna Maltseva, Natalia Shilkina, and Maria Borgardt

THE SOCIO-CULTURAL IDENTITY OF RUSSIAN-SPEAKING GERMANS ON SOCIAL MEDIA: A COMPARATIVE STUDY IN RUSSIA, KAZAKHSTAN, AND GERMANY

The article examines the sociocultural identity of Russian-speaking Germans and how it is represented in social media. The ontological issue concerns the risks of impoverishing the established sociocultural ties and the anti-Russian transformation of the sociocultural identity of Russian-speaking Germans against the background of the spread of anti-Russian rhetoric. Both Russian and German researchers highlight the paramount importance of sociocultural identity over political identity for Germans. Focusing on sociocultural identity and based on V. N. Myasishchev's concept of relations and A. Sacks' concept of involvement, the authors examine the involvement of Russian-speaking Germans in online representations and substantiate the hypothesis that social media are significant platforms for the reproduction and formation of sociocultural identity. A constructive information campaign on social media, based on the priority of the sociocultural unity among Russian-speaking Germans, could contribute to the task of strengthening the sociocultural ties between nations and creating a solid foundation for Russian-speaking identity. The empirical basis of the study was data collected through offline observation in Russia (St. Petersburg Youth Club Jugendblitz); in Kazakhstan (Astana German Youth Club Diamant and Wiedergeburt Society); and in Germany (Würzburg Youth Club of the informal self-organized initiative community of Russian Germans) between

May 2022 and May 2025; online surveys of Russian-speaking Germans living in Russia, Kazakhstan and Germany between 3 and 20 May 2025; content analysis of key Telegram channels of Russian-speaking Germans “RusDeutsch”, “Germans of Kazakhstan”, “Riwweldeutsche”, data collection between 1 March 2024 and 1 March 2025. The study found that that Russian-speaking Germans perceive themselves as a single people formed due to a unique social history on the border of two cultures. It is revealed that the online practices and ways of representing the socio-cultural identity of Russian-speaking Germans vary depending on their country of permanent residence. It is concluded that the media is a platform for the reproduction and dynamics of the sociocultural identity of Russian-speaking Germans and a resource for adapting to new social and political conditions.

Keywords: *sociocultural identity, Russian-speaking Germans, Russian Germans, Germans of Kazakhstan, heat map of identity*

Authors Info: **Maltseva, Anna V.** — Doctor of Sociology, Professor, Saint Petersburg State University (Saint Petersburg, Russian Federation). E-mail: a.maltseva@spbu.ru ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-1322-6255>

Shilkina, Natalia E. — Doctor of Sociology, Associate Professor, Saint Petersburg State University (Saint Petersburg, Russian Federation). E-mail: n.shilkina@spbu.ru ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-6680-703X>

Borgardt, Maria N. — Master’s Student, Saint Petersburg State University (Saint Petersburg, Russian Federation). E-mail: mari.borgardt@mail.ru ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0005-7698-1516>

For citation: Maltseva, A. V., N. E. Shilkina, and M. N. Borgardt. 2026. The Socio-Cultural Identity of Russian-Speaking Germans on Social Media: A Comparative Study in Russia, Kazakhstan, and Germany. *Herald of Anthropology (Vestnik Antropologii)* 2: 131–151.

Funding: This article was prepared with the support of St. Petersburg State University, project ID: 132123127.

Введение

Социокультурная идентичность русскоязычных немцев, часто лексикализованных в обыденной речи как «русские немцы» — социальный феномен, сформированный на пересечении культурных смыслов в процессе сложной истории содружества и конфликтов разных стран, находящихся во взаимосвязи и взаимовлиянии по отношению друг к другу. Так, экс-депутат бундестага от «Альтернативы для Германии» Вальдемар Гердт заявил на Петербургском международном экономическом форуме 2024 г., что «[российские немцы] несут в себе двойной генетический код: они российские и они немцы. Это уникальное сочетание двух народов» (Мильоны нас 2024). Мы исходим из того, что русскоязычными немцами являются потомки немцев, переселявшихся в Россию начиная со времен князя Игоря (Карамзин 2025), с которого можно вести отчет постоянного переселения немцев в Россию, по России, обратно в Германию или другие страны и снова в Россию, можно назвать началом формирования социокультурной идентичности русскоязычных немцев, для которой существует устойчивое выражение Volk auf dem Weg/народ в пути (Кригер 2010), которое характеризует не только постоянные миграции, но и динамику социокуль-

турной идентичности, обусловленную постоянными приспособлениями изначально оседлого народа к передвижному образу жизни.

Русскоязычность в идентичности русскоязычных немцев имеет важное значение. «Немцы в Российской Федерации являются одним из тех народов, для которого возможность указать два родных языка в рамках переписи, имеет принципиальное значение» (Язык и идентичность 2021: 314). По данным опроса 2009 г. немецкий язык признали в качестве родного 451 человек (31%), русский — 885 (60%), оба языка — 135 человек (9%). Свободно владели немецким языком 454 респондента или 30%; русским — 96% (Язык и идентичность 2021: 215). Свободное владение русским языком способствует тому, что сегодня, в условиях доступных цифровых коммуникаций, многогранная социокультурная идентичность русскоязычных немцев, рассеянных по разным странам, получила новое пространство репрезентации — социальные медиа, которые позволяют выражать принадлежность к этническому сообществу, участвовать в межпоколенных и межрегиональных коммуникациях, сохранять социальную память и опять адаптироваться к новым условиям.

Социально-исторический контекст формирования социокультурной идентичности русскоязычных немцев

Первые немцы появились в России во времена князя Игоря. В середине XVIII в. в Российской империи проживало около 100 тыс. немцев (*Карамзин 2025*). Появления большой немецкой диаспоры в России связано с Манифестом «О дозволении всем иностранцам, в Россию въезжающим, поселяться в которых Губерниях они пожелают и о дарованных им правах» (Манифест 1763), благодаря которому тысячи немцев, особенно из регионов Гессен, Вюртемберг и Рейнланд, переезжали в Россию и поселялись на территории современных Саратовской, Самарской, Волгоградской областей, а позднее в Сибири, Новороссии, на Черноморье и Украине (*Герман 2002*). В 1897 г. в Российской империи проживало 1,8 млн немцев, что составляло около 1,4% населения страны (*Дизендорф 2010*). Немцы занимались сельским хозяйством и заняли важное место в экономике юга России, а к концу XIX в. ими было организовано множество промышленных предприятий. Деятельность целого ряда наиболее выдающихся немцев вошла в историю Российской империи. Российские немцы пользовались свободой вероисповедания, самоуправления, организовывали школы и выпускали газеты на немецком языке, в немецких поселениях действовали религиозные, культурные и общественные организации, что позволяло сохранять и воспроизводить социокультурную и этнокультурную идентичность, что не вызывало отторжения или осуждения у российского простонародья (*Бахтурина 2013*).

Идентификация немецких переселенцев как «чужих» получила прецедент в связи с охлаждением отношений Российской империи с Германией, идентичность которой противостояла российской идентичности, как результат стал формироваться образ противника России (*Бахтурина 2013*). С началом Первой Мировой войны в среде российских немцев акцентировались патриотические пророссийские настроения: «”Немцы, населяющие Россию, всегда считали ее своей матерью и своей родиной, и за достоинство и честь великой России они все, как один человек, сложат свои головы” — такого рода заявления неоднократно раздавались с думской трибуны от лица дворян и интеллигенции немецкого происхождения» — свидетельству-

ют историки (Бахтурина 2013: 23). Сложным для идентичности российских немцев был процесс выселения их с прифронтовых территорий и принудительная продажа принадлежащим им земель. Происходящее было воспринято как несправедливость со стороны императорского правительства: «со слезами говорили о том, что пятеро сынов их находятся в действующей [российской] армии и что в награду за это земли их семейств будут проданы» (Бахтурина 2013: 25). Хорошей иллюстрацией силы социокультурной идентичности является историческое наблюдение поведения российских немцев осенью 1916 г. после решения Совета министров прекратить переселение и оставить колонистов арендаторами на своих землях сроком на 1 год Указом от 10 июля 1916 г. «О мерах по поддержанию хозяйства на отчуждаемых колонистских землях», разрешавшее оставлять бывших владельцев в колониях на срок не свыше одного года». По исследованию А. Ю. Бахтуриной «Корреспонденты Линдемана из Бессарабской губернии сообщали, что вера [российских немцев] в неприкосновенность их собственности и в полную невозможность ее отчуждения без их согласия так велика, что еще осенью 1916 г. они сажали плодовые деревья и виноградные кусты в своих садах... А когда им говорили: “Зачем вы это делаете? Зачем бросаете деньги без пользы для себя, ввиду предстоящей ликвидации?”, они только отмалчивались...» «Так велика их вера в право и справедливость!» — заключал автор письма» (Бахтурина 2013: 26). Таким образом историки утверждают, что причиной такого нерационального на первый взгляд поведения была вера в силу права и справедливости. Однако поскольку немцы «отмалчивались», мы можем предложить другие объяснения. Прежде всего немецкие земли не находились непосредственно во фронтовой зоне, значит садоводы должны были верить не только в силу права, а также в то, что их посадки не будут уничтожены военными действиями. На этом основании можно предположить, что причина состоит в другом, а именно — в силе социокультурной идентичности и потребности ее сохранить несмотря на внешние обстоятельства через труд, созидание, организованность, правила, традиции и проч.

Революционные преобразования 1917 г. определили новый этап развития идентичности российских немцев. Политика интернационализма и централизации советской власти не поддерживала изоляции какого-либо народа и для российских немцев это был сравнительно благоприятный период поскольку идентификация их как «чужих» исчезла. Постепенно немцы по новым, классовым основаниям становились «своими», что позволило им восстановить и социокультурную идентичность, травмированную в ходе Первой Мировой войны. В 1918 г. была образована Трудовая коммуна немцев Поволжья, преобразованная в 1924 г. в Автономную Социалистическую Советскую республику немцев Поволжья (Ауман 1993). Также были созданы отдельные немецкие районы и сельсоветы в разных частях СССР, где проживали немцы. Такие исторические процессы сформировали большой культурный пласт коллективной памяти и солидарности со страной. Сохраняя социокультурную, этническую идентичность, немцы приобрели идентичность граждан СССР. Появилось чувство интернациональной советской родины и идентификация с ней.

Настоящим испытанием для гражданской идентичности немцев стало начало Великой Отечественной войны и вызванный нападением Германии Указ Президиума Верховного Совета СССР 28 августа 1941 г. «О переселении немцев, проживающих в районах Поволжья» (Указ 1941). С одной стороны, чувство причастности к советской родине привело в Красную армию почти 65 тыс. немцев (Онлайн-выставка

2020). С другой стороны, вынужденная миграция переживалась как отверженность и ненужность. Ключевое значение снова приобрела социокультурная идентичность, важными компонентами сохранения которой стали семья, народные традиции, истории, кухня, духовные ценности. Восстановление гражданской идентичности началось, когда 29 августа 1964 г. был издан указ, который снимал обвинения в измене родине, а в 1972 г. немцы смогли вернуться в те регионы, где проживали ранее (Герман 2021) хотя значительная часть немцев осталась в сибирской части РСФСР и в Казахской ССР. Постепенно немцы занимали прежнее место в жизни страны, выстраивались новые социокультурные и другие связи Советского союза с ГДР и ФРГ.

Объединение Германии в 1990 г. и прекращение существования СССР в 1991 г. повлекли за собой новый кризис для гражданской идентичности и всплеск осознания этнической идентичности немцев. В последующие годы массовый характер приобретает миграция немцев из стран бывшего СССР в Германию. Этнические немцы пользуются программой репатриации и вновь становятся переселенцами (*нем.* Aussiedler), или как чаще их называют — поздними переселенцами (*нем.* Spätaussiedler) (Апендиев 2015; Воробьева 2021). К 2020 г. в Германии было зарегистрировано около 2,4 млн немцев-репатриантов из России и около 4,5 млн с постсоветского пространства в целом (Wie viele 2020). В России согласно данным переписи населения 2020 г. проживает более 195 тыс. человек идентифицирующих себя как немцы. В Казахстане в 2021 г. — более 226 тыс. немцев по самоидентификации (Казахстан 2023). Исследователи отмечают уникальную социокультурную идентичность немецких переселенцев. С одной стороны, они активно участвуют в общественной и экономической жизни Германии, развивают малый бизнес, получают образование и проч., с другой, продолжают ценить советские и постсоветские традиции, русскую культуру и русский язык (Tleugazina 2022). Вместе с тем чтимые переселенцами этнокультурные немецкие традиции и даже язык в части звукопроизношения и употребления некоторых слов воспринимаются современными жителями Германии как устаревшие, а переселенцы как иностранцы, а точнее как «русские» (Schlaht 2013). Таким образом переселенцы приобрели две «родины» и две «чужбины». А в части социокультурной идентичности переселенцы отождествляли себя как с немецким социумом, так и с другими переселенцами, а также с обществом прежней родины.

Границы идентичности начинают пересматриваться: поднимаются вопросы, что значит быть «немцем», «русским» или «казахстанцем», как и к какой группе определить свою принадлежность. Я. Панайотидис на основе различных исследований утверждает, что представители немецких диаспор могут идентифицировать себя как «немцы», «русские», «российские немцы», «европейцы» и др., при этом многие выбирают что-то среднее (Panagiotidis 2019; Hoops 2021). В Германии немецких переселенцев называли по-разному: российские/русские немцы (*нем.* Russlanddeutsche), поволжские немцы (*нем.* Wolgadeutsche), казахстанские/казахские немцы (*нем.* Kasachstandeutsche), советские немцы (*нем.* Sowjetdeutsche), этнические немцы (*нем.* ethnische Deutsche), русско-немецкие переселенцы (*нем.* Russlanddeutsche Aussiedler), поздние переселенцы (*нем.* Spätaussiedler), немцы бывшего СССР (*нем.* Deutsche aus der ehemaligen Sowjetunion), восточные немцы (*нем.* Ostdeutsche), немцы из России (*нем.* Deutsche aus Russland) и др. По мнению некоторых исследователей, это говорит не только об их неоднородности по географическому и историческому признаку, а также об отсутствии единой модели репрезентации идентичности (Попков 2021).

Коллективная социокультурная идентичность современных русскоязычных немцев сформирована в процессе конфликтов, миграций, адаптаций, интеграций, индивидуальных трансформаций, а также в постоянных межстрановых взаимодействиях с теми, кто маркируется как «мы/свои/наши». Современный тренд развития социокультурной идентичности русскоязычных немцев — это интенсификация оффлайн и онлайн взаимодействий в социокультурных средах, воспроизводящих существующие и формирующие новые идентичности.

Социокультурное пространство формирования и репрезентации идентичности

Основополагающий вклад в изучение понятия репрезентации идентичности внёс И. Гоффман, который утверждал, что людям важна аудитория и среда, в которой они «играют» свои роли, конструируя идентичность представляя себя другим в повседневной жизни (Гоффман 2000). Однако самопрезентация формируется не случайно, а в результате личной истории, детских воспоминаний, социального окружения, образующих особую систему восприятия мира. Личные взгляды, поведенческие установки и накопленный опыт становятся неотъемлемой частью жизни, которые определяют восприятие себя и своей группы, что реализуется в способах репрезентации идентичности, трансляции себя обществу, определение «своих» и «чужих» (Бурдые 2001; Гоффман 2000).

Поиск адекватной репрезентации своей идентичности особенно важен для сохранения культуры, исторической памяти в условиях меняющейся социальной среды. Социокультурное пространство формирования и репрезентации идентичности русскоязычных немцев опирается на разнообразие традиционных как для немецкой, так и для русской, казахской культуры деятельностей и взаимодействий, материализованный результат которых транспортируется через государственные границы.

Так, для немцев в России и Казахстане были и остаются традиционные праздники как День благодарения за урожай (*нем.* Erntedankfest), Карнавал (*нем.* Fasching), День Святого Мартина (*нем.* Martinstag), Адвент (*нем.* Advent) и др. Они являются не просто праздничными событиями, но и особой формой сплочённости (Российские 2021). Всеобщее празднование — это не только приятное времяпрепровождение, но и активная форма репрезентации идентичности. Практики празднования — совместное украшение дома, подготовка одежды, приготовление традиционных блюд и проч. транслируют межпоколенную идентичность. Это особенно важно ввиду некоторого разрыва между доминирующей социокультурной средой и семейной традицией. Для российских немцев, эмигрировавших в Германию, такие праздники смогли упростить интеграцию в общество. Однако важно отметить, что они продолжают отмечать и «русские» праздники как Старый Новый год, Масленица, 9 Мая (Праздники 2025).

Важную функцию поддержания социального взаимодействия и сохранения культурных ценностей, норм и традиций выполняет традиционная кухня. Как известно, еда является не только способом поддержания жизни, но несёт в себе глубокую символическую коммуникативную ценность. Кухня трансформируется из традиционной, приспосабливаясь к доступным ингредиентам. Русскоязычные немцы в Германии продолжают сохранять в своей кухне элементы русской, украинской, казахской и других культур, любят, например, борщ, пельмени или бешбармак и проч. А немцы в России и Казахстане готовят такие блюда как ривельсуппе (*нем.* Riewelsuppe),

кребли (*нем.* Kreppel) или штоллен (*нем.* Stollen) и проч. Так кухня является маркером сохранения и инструментом репрезентации социокультурной идентичности (Von P wie 2025).

Яркой формой социокультурной репрезентации является декоративно-прикладное искусство как панно-шпрухи (*нем.* Spruch) — вышитые вручную картины с изречениями из Библии, пословицами или народными мудростями и моральными установками (Семья 2025). Практика использования шпрухов продолжилась и в жизни поздних переселенцев. Для многих семей, которые переехали в Германию, они стали реликвией, но напоминающей уже о жизни в СССР.

Формой коллективной памяти и инструментом саморепрезентации сообщества является литература, искусство и музыка, в том числе народные песни, инструментальная и церковная музыка, связывающая поколения, страны и родины русскоязычных немцев (Виндгольц 2011). Репрезентация социокультурной идентичности реализуется через творческие коллективы, фестивали, образовательные проекты как в России и Казахстане, так и в Германии. Всё это важные оффлайн практики укрепления социокультурной идентичности, которому придается большое значение в политике каждой страны.

Социальные медиа как пространство формирования и репрезентации идентичности

Практики репрезентации социокультурной идентичности проявляются не только в оффлайн-жизни, но и в цифровом пространстве. Социальные медиа позволяют распространять личные и коллективные репрезентации на широкое сообщество разных стран. Онлайн практики — виртуальные выставки, онлайн-музеи, электронные энциклопедии, цифровые архивы, а также онлайн-формы самопрезентации — это способ воссоздания присутствия, способствующий компенсации дефицита этнических компонентов оффлайн взаимодействия русскоязычных немцев (Kisser 2020). Репрезентация социокультурной идентичности онлайн показала потенциал в условиях закрытия государственных границ во время пандемии (Kisser 2020). Важную роль в понимании того, как создаётся, сохраняется и трансформируется идентичность в медийном пространстве, играет теория репрезентации С. Холла. По мнению исследователя, репрезентация — это сложная система символов и образов, которая активно создаёт смыслы. Все они формируются в особые ментальные карты, которые отражают мир и самого человека в нём. Этому помогают язык и определённые культурные коды, которые не просто описывают абстрактные понятия, а создают их как социальную реальность. Кроме того, отмечается, что репрезентация во многом зависит от властных структур и отношений, которые определяют, кто и как создаёт образы определённых групп или явлений (Hall 1997).

Гипотеза значимости социальных медиа как платформы сохранения социокультурной идентичности русскоязычных немцев основана на том, что в отличие от традиционных средств массовой информации, социальные медиа позволяют не только потреблять, но и производить, и распространять контент, то есть не только воспроизводить, но и формировать идентичность (Ханхунова, Чойропов 2013), репрезентируя ее другим сообществам минуя государственные границы (Hall [электронный ресурс], *Dijk* 2013).

Вклад социальных медиа в воспроизводство и формирование социокультурной идентичности русскоязычных немцев необходимо определить с точки зрения вовлеченности в социокультурные репрезентации разных возрастных и других групп пользователей. Мы будем основываться на классической отечественной концепции отношений В. Н. Мясищева, согласно которой отношение человека как субъекта деятельности характеризуется целостностью, избирательностью, сознательностью, активностью и проявляется в эмоциях, когнициях и поведении (Мясищев 1949), а также концепции Алана Сакса (Alan M. Saks) о вовлеченности как чувстве причастности, присутствия как результата поддержки, одобрения, признания (Saks 2006). На этом основании мы рассматриваем репрезентации социокультурной идентичности русскоязычных немцев в социальных медиа как процесс, реализуемый вовлеченным субъектом, отношение которого к реальности обусловлено чувством причастности как к сообществу русскоязычных немцев, так и к стране постоянного проживания.

Понятие «социальные медиа» достаточно широко и не окончательно определено, однако исследователи единодушны в том, что социальные медиа включают набор онлайн-технологий, которые создают особую иллюзию реальности (Ханхунова, Чойропов 2013). Этому признаку соответствуют основные типы социальных медиа: социальные сети (ВКонтакте и проч.); блоги и микроблоги (LiveJournal и проч.); форумы (Reddit, 2ch и проч.); сайты отзывов (iRecommend, TripAdvisor и проч.); фото- и видеохостинги (YouTube, Дзен и проч.); сайты знакомств (Tinder, Badoo и проч.); геосоциальные сервисы (Яндекс Карты, Google Maps и проч.) Кроме того, существуют, мессенджеры — сервисы обмена сообщениями (Telegram, WhatsApp и проч.). Каждая из этих платформ создаёт свою форму коммуникации и взаимодействия как с контентом, так и между людьми, что используется для поддержания интерактивных транснациональных связей. В данной работе под социальными медиа понимается динамическая цифровая коммуникационная среда, которая объединяет технологии и культурные практики, позволяя пользователям как потреблять, так и активно создавать, распространять, а также обсуждать, одобрять и критиковать или наблюдать и усваивать, то есть взаимодействовать с контентом в различных форматах и на разных уровнях вовлечения в цифровую активность (Алгави 2012).

Для русскоязычных немцев социальные медиа являются средством репрезентации социокультурной идентичности независимо от географической удаленности. Среди популярных социальных медиа архивные платформы, ориентированные не только на документирование, но выполняющие функции интерактивного диалога между пользователями. Такие цифровые пространства различаются по функциям и охвату аудитории: от неформальных семейных чатов до официальных сайтов общественных организаций. Например, популярная среди российских немцев платформа «Geschichte der Wolgadeutsche» (Geschichte 2025) функционирует как форум сообщества. Это один из самых больших онлайн-каталогов, посвящённый истории и культуре русскоязычных немцев. На сайте можно найти архивные документы, карты поселений, фотографии, личные записи участников сообщества, книги и статьи по теме, виртуальный музей, ссылки на дополнительные информационные ресурсы. Кроме того, пользователи активно обмениваются информацией, участвуют в обсуждениях, ищут своих предков, публикуют личные истории и др. Таким образом, «Geschichte der Wolgadeutsche» выполняет социально-культурную функцию, формируя цифровое пространство, в котором поддерживается коллективная память, укрепляется

идентичность и восстанавливаются утраченные связи внутри разрозненного этнического сообщества. Не менее важным является информационный портал о жизни российских немцев «*RusDeutsch*» (*RusDeutsch* 2025), которая представляет уникальную площадку, объединяющую новостной канал и платформу с электронными энциклопедиями и библиотеками, интерактивными выставками, образовательными ресурсами и другими актуальными материалами. Значимыми среди немецкой диаспоры в России и Казахстане являются официальные сайты и региональные сообщества движения «*Wiedergeburt*» (*Wiedergeburt* 2025) — культурно-просветительская организация немцев бывшего СССР.

В Германии существуют объединения поздних переселенцев — «*Landsmannschaft der Deutschen aus Russland*» (*LmDR*) — «Землячество немцев из России», клубная офлайн деятельность которых представлена в цифровом формате. Практически каждое из этих подразделений имеет свою цифровую аудиторию и способ взаимодействия. Их страницы и группы представлены в России, Казахстане и Германии в различных социальных медиа: ВКонтакте, Telegram, WhatsApp и др. Эти платформы используются для распространения социокультурного контента, например, поздравлений с национальными праздниками, приглашений и сообщений о проведённых социальных, культурных и образовательных мероприятий, форумов и др. В целом, «*Wiedergeburt*» и *LmDR* являются примером многоплатформенной, многопоколенческой модели социокультурного взаимодействия, где сосуществуют традиции и цифровые инновации. Современные онлайн практики «расширяют» оффлайн-клубы и помогают поддерживать чувство общей принадлежности, а также предлагают новые подходы к формированию идентичности.

В последние годы русскоязычные немцы подчёркивают свою идентичность, создавая контент на двух языках и рассказывая о своей жизни широкой аудитории разных стран. Музыка, видео, подкасты и другие публикации в медиа — это новый социокультурный «мост». Например, в 2023 г. в сети Интернет стал очень популярен трек «2003» вокалиста *Liaze* как часть жизни русскоязычного немца. В мае 2025 г. клип на песню набрал более 11 миллионов просмотров (*Liaze* 2003). Не менее ярким примером рефлексии стала песня «*Kasachstan*» исполнителя *Jaschka* (*Jaschka* 2023), клип которой набрал почти 6 млн просмотров, и мы предлагаем читателям тоже прослушать эту песню по ссылке, чтобы почувствовать эмоции, которые она транслирует. Эта композиция носит ностальгический характер и отсылает к воспоминаниям о детстве, жизни в Казахстане и переезде в Германию. Эмоционально насыщенные тексты передают атмосферу утраченного дома, приобретения новой родины, тепло семейных традиций и сложные переживания, связанные с миграцией и адаптацией. Известной медийной личностью является также журналистка *Ира Петер* (*Ira Peter* 2025). В своих проектах, включая подкаст *Steppenkind* (Дети степи) и вышедшую в 2025 г. книгу «*Deutsch genug? Warum wir endlich über Russlanddeutsche sprechen müssen*» («Достаточно ли мы немцы? Почему наконец стоит говорить о российских немцах»), она поднимает важные темы, связанные с самоидентификацией. Существуют и другие представители большой группы русскоязычных немцев, объединяющие их учреждения и социальные медиа, играющие важную роль в поддержании культурной памяти и формировании социокультурной идентичности в цифровом пространстве.

В целом социальные медиа представляют влиятельные и многогранные инструменты для репрезентации социокультурной идентичности. Они интерактивны,

динамичны, персонализированы и позволяют пользователям трансформировать формы сохранения и самовыражения коллективной памяти и культуры. Для русскоязычных немцев, проживающих в разных странах, цифровые платформы становятся средством поддержания чувства принадлежности к группе.

Эмпирическая база исследования

Эмпирической базой исследования стали (1) Данные офлайн наблюдения (активного, включенного, непрерывного) проведенного по методике В. И. Ильина (Ильин 2006) в России, Казахстане и Германии (г. Санкт-Петербург Молодёжный клуб «Jugendblitz», действующий на базе Русско-немецкого Центра встреч — сентябрь 2023 — май 2025 г.; г. Астана Клуб немецкой молодёжи «Diamant» и общество «Wiedergeburt» — сентябрь 2024 — январь 2025 г.; г. Вюрцбург Молодежный клуб неформального самоорганизованного инициативного сообщества российских немцев — май 2022 г. — июль 2023 г. и январь-февраль 2024 г.). Наблюдение фиксировало заявленную тематику, содержание, частоту и место проведения, а также способ координации мероприятий, количество и демографические характеристики участников, а также вербальный контент, касающийся вовлеченности в социальные медиа.

(2) Данные онлайн анкетирования русскоязычных немцев, проживающих в России, в Казахстане и в Германии, включающее номинальные, порядковые, интервальные измерения, а также свободные ассоциации, фиксирующие чувство социокультурной принадлежности к группе русскоязычных немцев, вовлеченность в традиционную культуру, вовлеченность в медиапространство. Опрос проведен с помощью инструмента Яндекс.Формы. Сбор данных происходил с 3 по 20 мая 2025 г. Ссылка на анкету распространялась через сообщества 44 немецких диаспор в социальных медиа, а также через личные чаты исследователя. В исследовании принимали участие респонденты, которые владеют русским и немецким языками в достаточной степени, чтобы поддерживать онлайн коммуникации в медиа, а также проживают в России, Казахстане или Германии не менее 5 лет. Анкета была разработана на русском и немецком языках.

(3) Данные контент-анализа трёх ключевых Telegram-каналов русскоязычных немцев в России, в Казахстане и в Германии, фиксирующие репрезентативные темы и лексемы, наиболее часто используемые в контенте. Telegram был выбран как технически доступная платформа для скачивания и анализа данных, так как для экспорта истории чата не требуется стороннего программного обеспечения или вмешательства в код приложения. В отличие от других социальных медиа, Telegram предоставляет возможность официального экспорта данных через встроенный 45 инструмент в десктоп-версии. Это делает сбор информации прозрачным, легальным и этически корректным. Для повышения точности перед построением облаков слов была проведена очистка текста от стоп-слов, а также применён персональный список исключений. В него вошли слова, повторяющиеся в силу принадлежности к общей тематике (например, «немец», «Казахстан», «Германия», «Россия», «российский» и др.). Применение фильтрации позволило выявить реальные тематические акценты каждого канала. Сбор данных был ограничен периодом в один год, в выборку были включены все общедоступные посты с 1 марта 2024 г. по 1 марта 2025 г. Контент загружался вручную, а затем использовались инструменты обработки тек-

ста на языке программирования Python. Исследования в разных странах и на разных сайтах проводились по идентичным методикам. В описании в скобках указан пол, возраст и страна постоянного проживания респондента.

Результаты эмпирического исследования

Восприятие «особости» социокультурной идентичности русскоязычных немцев. В результате проведенных исследований удалось выяснить спектр интерпретаций социокультурной идентичности, отражающий персональный и коллективный опыт русскоязычных немцев.

Это прежде всего такие ожидаемые компоненты как история, культура, традиции, творчество, быт, кухня, семейные ценности:

«Это моя история. И все мы, кто хочет изучать историю, культуру, традиции, творчество, кухню и быт российских немцев» (ж., 24 года, Россия).

«Человек, который в полной мере ощущает свою этническую идентичность и принадлежность к российским немцам. Он подкрепляет это в одном или нескольких аспектах: знание немецкого языка, изучение своей родословной, приготовление блюд кухни РН, знание культуры и традиций, истории и др.» (ж., 30 лет, Россия).

Подчеркивается самоидентификация — не с немцами, не русскими, не казахстанцами, а со «своим народом», который лексикализован как «русскоязычные немцы», «российские немцы» или даже «русские немцы» и иногда свертывается до своего рода, своей семьи:

«Это человек, знающий историю своей семьи и историю своего народа» (ж., 46 лет, Россия).

«Я, моё сообщество, моя семья» (м., 21 год, Казахстан).

Идентификация «российский немец» включает когнитивную и эмоциональную компоненты как знание и чувство:

«Российский немец — это в первую очередь тот, кто знает, помнит и чтит свои немецкие корни» (м., 33 года, Германия).

«Это скорее чувство причастности» (м., 22 года, Казахстан).

Особенная идентичность русскоязычных немцев проявляется как в принадлежности к русскоязычному и немецкоязычному сообществам, так и в отчуждении от них:

«Отмечается два рождества и две пасхи» (ж., 46 лет, Россия).

«Это человек между двух миров. В СССР они были «немцами», в Германии — «русскими». Часто нигде не стали по-настоящему своими» (ж., 45 лет, Казахстан).

«По моим ощущениям у нас больше русского чем немецкого осталось. Нас не сравнить с «чистыми» немцами в Германии!!» (ж., 22 года, Германия).

В результате и принятия и отчуждения идентичностей русскоязычные немцы иногда идентифицируют себя отдельным народом с собственной трагедией и судьбой:

«В целом наш народ «без вины виноватый», но источником всех бед явилась фашистская Германия (м., 67 лет, Россия).

«Главная сложность российских немцев, это их неспособность открыто заявлять о себе как о немцах [из-за событий Мировых войн] запутавшиеся в идентичности» (ж., 62 года, Германия).

«Трудная история российских немцев в XX веке изменила многие уклады» (м., 33 года, Германия).

И эта идентичность не подходит под определение гибридной или смешанной идентичности как принадлежности к двум социокультурным пространствам, а формируется как самоопределение «на грани», не вызывая эмоциональных и когнитивных сложностей или каких-либо социокультурных дилемм:

«Самоопределение на грани двух культур и причастность к одному народу» (ж., 24 года, Россия).

«[Российский немец] жизнерадостный, рассудительный человек с хорошим логическим мышлением. Трудолюбивый, но умеющий и любящий повеселиться» (м., 31 год, Россия).

«Мои ассоциации: скромные, настойчивые, трудолюбивые» (ж., 62 года, Германия).

«Для меня российские немцы очень добрые и гостеприимные люди» (ж., 22 года, Германия).

Вовлеченность в репрезентацию социокультурной идентичности. Социокультурная идентичность российских немцев воспринимается респондентами как многомерная структура, охватывающая не только культурные практики и историческую память, но и личные ценности, эмоциональные связи и сложное чувство принадлежности. Представленные выше рассуждения респондентки из Германии о трудности открыто заявлять о своей этнической принадлежности получили следующее продолжение в ответах других респондентов, которые также считают, что осознание идентичности — это признание своих корней и публичное заявление о своей принадлежности, в том числе в социальных медиа:

«Это одна из национальностей, произношение которой нужно осознать и заслужить, чтобы произнести словами» (ж., 24 года, Россия).

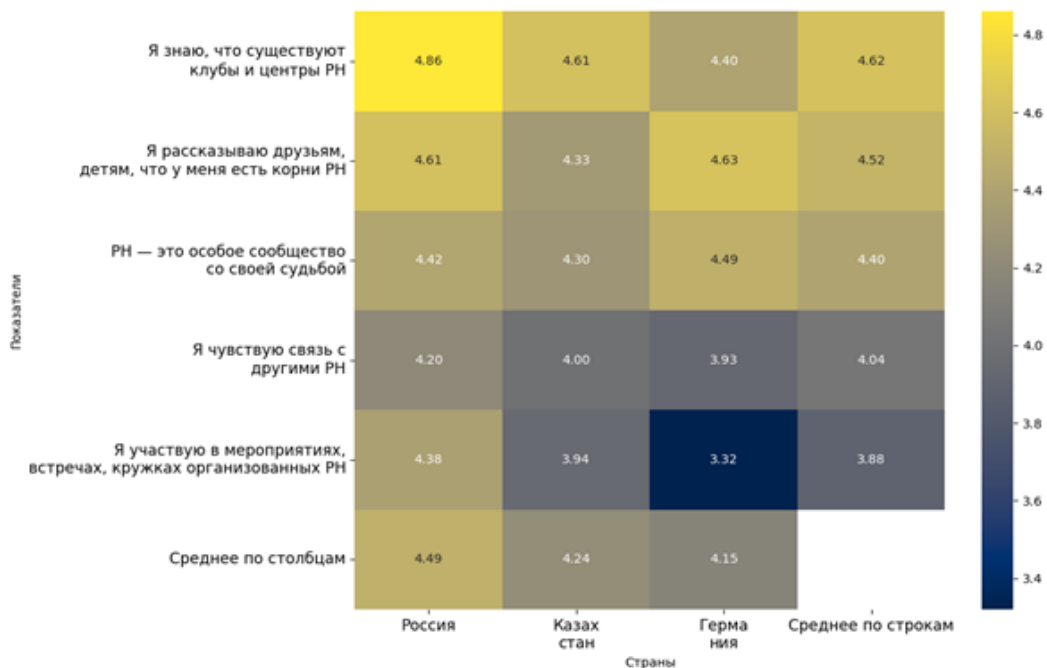
«[Немец] тот, кто открыто об этом говорит, кто участвует в мероприятиях, кто пишет об этом в соцсетях» (ж., 23 года, Россия).

Таким образом вовлеченность в репрезентацию социокультурной идентичности — знание о клубах русскоязычных немцев и участие в их жизни, чувство связанности с русскоязычными немцами, пересказы историй жизни, осознание особой судьбы — все это отражает отождествление с ними (*Табл. 1*).

В *Табл. 1* мы видим высокую оценку работы и самого существования клубов русскоязычных немцев во всех трех странах, а особенно в России, а также придается высокая значимость рассказам о русскоязычных немцах и их особой судьбе. А вот связи с другими русскоязычными немцами и посещение клубов оффлайн занимают нижние строки в иерархии вовлеченности. Это дает нам возможность предположить, что причина нижних строк не в нежелании посещать клубы или взаимодействовать с другими русскоязычными немцами, а в нежелании делать это оффлайн, в противовес чему мы сравним эти показатели с вовлеченностью в медиапространство (*Табл. 2*).

Таблица 1

Тепловая карта «Вовлеченность в оффлайн репрезентацию социокультурной идентичности русскоязычных немцев (РН) по шкале от 1 до 5 по результатам онлайн анкетирования»



Суждение о том, что социальные медиа помогают сохранить социокультурную идентичность, получило наиболее высокие оценки в России (4,00) и Казахстане (3,82), а в Германии этот показатель ниже среднего балла по трем странам, что может указывать на достижение ассимиляции.

То же касается использования онлайн-сообществ или чатов, которые объединяют представителей диаспоры вокруг тематик памяти, языка, истории, рецептов, а также служат платформой поддержки. Показатель их использования выше среднего значения в России (3,46) и Казахстане (3,45), но ниже в Германии (3,30). Это может быть связано с миграцией в закрытые, в том числе семейные чаты, которые широко распространены в Германии и не воспринимаются пользователями как социальные медиа.

Просмотр иноязычных блогеров показывает наибольший разброс значений с самым высоким в Казахстане (3,82). Это показывает, что для русскоязычных немцев Казахстана авторитет иноязычных блогеров как социокультурных посредников выше, чем в других странах и влияние их значительно.

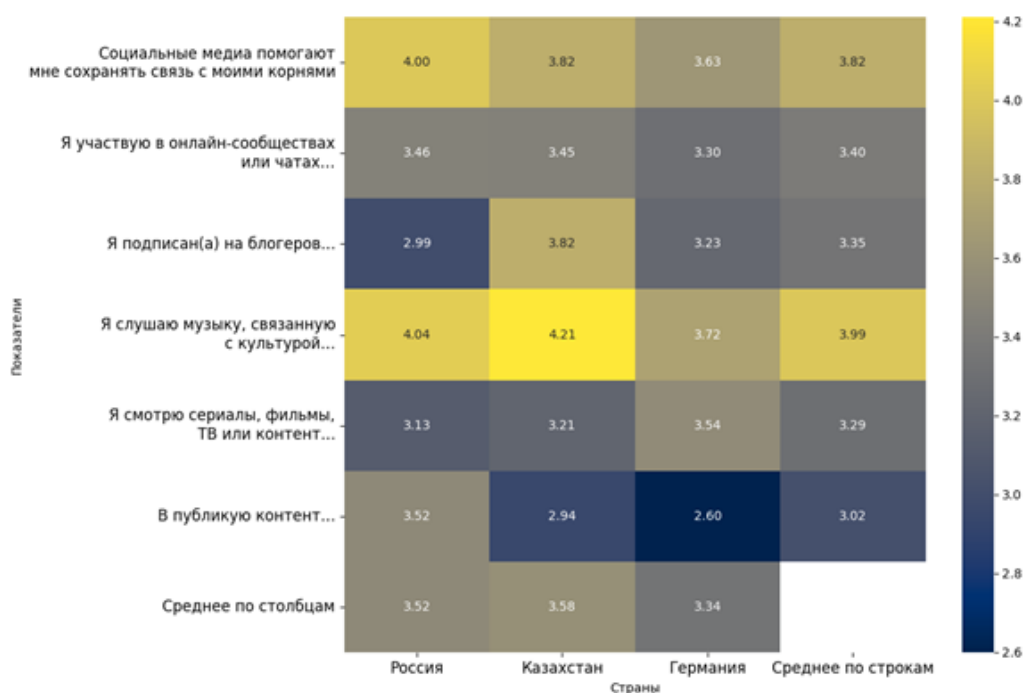
Музыка — один из наиболее вовлекающих форматов репрезентации социокультурной идентичности, получивший самое высокое среднее значение по всей выборке (3,99). Особенно активно этот формат используют в Казахстане (4,21) и России (4,04), где музыка с этническими элементами на немецком языке служит способом выражения принадлежности. В Германии уровень вовлечённости в музыкальную среду как способ сохранения русскоязычной идентичности составляет 3,72.

Интерес к сериалам, фильмам, ТВ или контенту получил наивысшую оценку в

Германии (3,54). По наблюдениям для русскоязычных немцев в Германии интересны российские телеканалы, шоу программы и новостные выпуски, а также популярны развлекательные передачи и концерты, что говорит о сохранении информационной и культурной связи с медийным пространством стран происхождения. В России (3,13) и Казахстане (3,21) восприятие видео контента на немецком языке получило меньшую оценку, что, однако связано с просмотром новостного канала «Евроныюз онлайн» на русском языке.

Таблица 2

Тепловая карта «Вовлеченность русскоязычных немцев в онлайн репрезентацию социокультурной идентичности по шкале от 1 до 5 по результатам онлайн анкетирования»



Публикации собственного контента с элементами «иной» культуры получила наименьшее среднее значение (3,02) по выборке, что закономерно, поскольку на потребление всегда преобладает над созданием нового. Наиболее активны в создании собственного контента на немецком языке русскоязычные немцы в России (3,52). Проявляют наибольшую осторожность в создании контента на русском языке русскоязычные немцы в Германии (2,60), которые в целом наименее вовлечены в репрезентацию социокультурной идентичности в социальных медиа, а также оффлайн (Табл. 1), что также может объясняться как субъективными причинами индивидуальной ассимиляции, так и объективными причинами антироссийской внешней политики современной Германии.

С помощью ответов на открытый вопрос об онлайн каналах, группах, страницах в соцсетях, связывающих русскоязычных немцев удалось выделить основные темы и типы цифровых ресурсов. Ответы были разнообразны по контенту, географии и платформам, что говорит о широкой и многоуровневой цифровой среде, где представлена

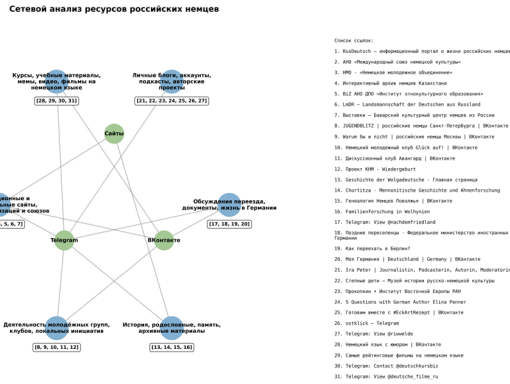


Рис. 1. Типология цифровых медиаресурсов русскоязычных немцев

культура, история и повседневность русскоязычных немцев. На Рис. 1 показана типология цифровых медиаресурсов русскоязычных немцев.

Разнообразие социальных медиа русскоязычных немцев отражает смешанный характер медиапространства репрезентации социокультурной идентичности, в котором представлен как информационный и развлекательный, формальный и неформальный, коллективный и индивидуальный контент, что создает аналогию реальности в динамической коммуникативной среде и усиливает возможности

русскоязычных немцев разных стран потреблять, создавать, распространять, наблюдать и обсуждать репрезентации друг друга, а в целом сохранять, конструировать и переосмысливать социокультурную идентичность независимо от страны проживания.

Для того, чтобы понять, как это происходит мы обратились к результатам контент-анализа медиапространства создаваемого Telegram-каналами «RusDeutsch» (Новости 2025), «Немцы Казахстана» (Немцы 2025) и «Riwweldeutsche» (Riwweldeutsche 2025) и провели анализ постов, набравших наибольшее количество перепостов, лайков и комментариев.

Анализ популярных постов из канала «RusDeutsch» (343 поста) показал, что больше всего аудиторию привлекают визуальные и эмоциональные форматы. Мемы, обыгрывающие культурные события (например, Tolles Diktat), и простые, но тёплые визуальные образы вызывают отклик своей понятностью и настроением. Пост о Дне памяти и скорби продемонстрировал важность тематики исторической памяти и коллективной благодарности. Рецепт штоллена (традиционная немецкая рождественская выпечка) — пример вовлечения через традиции и совместную активность. Таким образом, лучший отклик вызывают посты, где сочетаются культура, визуализация и юмор. Облако слов визуализирует основные темы, связанные с деятельностью немецкой диаспоры в России. Наибольшую частотность получили слова: «проект», «участник», «язык», «культура», «конкурс», «встреча» как акцент на культурной и языковой идентичности, активное участие в проектах и мероприятиях. Часто встречаются слова, связанные с культурно-образовательной деятельностью: «праздник», «фестиваль», «традиция», «история», «творческий», «этнокультурный» — они указывают на стремление сообщества не только сохранять, но и транслировать свою идентичность в современной, доступной форме.

Анализ популярных постов, опубликованных в канале «Немцы Казахстана» (383 поста), показал, что популярным становится тот контент, который сосредоточен преимущественно на праздничных поздравлениях и общественно-важных событиях. Особенно привлекательна для аудитории мультиязычность и межкультурный диалог, что отражает специфику многонационального казахстанского контекста. Праздничные поздравления (Пасха, Рождество, Наурыз) оформлены торжественно и тепло, часто сопровождаются текстами на русском, немецком и казахском языках, что подчёркивает стремление к инклюзивности и многоязычной идентичности. Посты, посвящённые весенним паводкам в Петропавловске и Павлодаре в 2024 г., демонстрируют включён-

ность русскоязычной немецкой общины в актуальные региональные события. Подчёркивается участие немцев Казахстана в жизни страны на социально значимом уровне. Облако слов показало акцент на проектной, образовательной и культурной активности сообщества. Центральные и наиболее часто встречающиеся слова: «Возрождение», «Wiedergeburt», «проект», «центр», «язык», «общество», «участие», «объединение». Это указывает на роль общественной организации «Wiedergeburt», о которой мы говорили выше и её координирующее значение для диаспоральной жизни, как оффлайн, так и в медиа. Слова «язык», «культура», «этнический», «традиция», «развитие», «обучение», «класс», «курс», «мастер» подчёркивают внимание к образовательно-культурной составляющей, что особенно ощутимо в программе сохранения немецкой идентичности через занятия и мероприятия. Упоминания слов «республика», «президент», «маслихат», «ассамблея» демонстрируют встраивание немецкого сообщества в общенациональный казахстанский контекст, а также его участие в гражданском диалоге.

В Telegram-канале «Riwweldeutsche» наибольшую отклик у аудитории вызывают материалы, подчеркивающие значимость русскоязычных немцев и их вклад в общественную и культурную жизнь Германии. Больше всего откликов получил пост о сотруднике Федерального административного ведомства (*нем.* Bundesverwaltungsamt, BVA) Джоннатане Томчике. Отмечается, что он искренне помогал поздним переселенцам в адаптации и интеграции в Германии. Также популярна история футбольного защитника Вальдемара Антона — позднего переселенца, вошедшего в сборную Германии на Евро-2024. Она стала символом успеха, достигнутого благодаря ценностям и поддержке русскоязычных немцев — переселенцев. Высокую активность аудитории вызвали публикации, связанные с деятельностью BVA и Уполномоченной по делам переселенцев Натали Павлик, также из числа русскоязычных немцев. Так русскоязычные немцы в Германии откликаются на истории успеха, признание, практическую помощь и возможности диалога, воспринимая такие посты как форму поддержки и укрепления коллективной идентичности. В облаке слов чаще всего встречаются слова — «переселенец», «поздний», «язык», «документ», «уполномоченный», «закон», «встреча», «поддержка», «федеральный», «BVA», визуализируя интерес к переезду, правовому статусу, интеграции, вопросам идентичности, а также деятельности федеральных структур и проектов, направленных на поддержку русскоязычных немцев.

В результате мы можем говорить о том, что социокультурная идентичность активно проявляется как в оффлайн деятельности — клубы, встречи, праздники, так и в цифровой среде — мессенджерах, группах, соцсетях, где особое значение приобретают мультимедийные форматы — музыка, видео и публикации в социальных сетях. При этом стиль общения в мессенджерах отличается по странам. В России коммуникация преимущественно институционализированная и информационная и того же рода посты пользуются наибольшей популярностью у аудитории. В Германии и Казахстане он носит более эмоциональный и неформальный характер, в Казахстане популярные материалы ориентированы на праздничную и общественную тематику, а в Германии — на адаптацию и личный опыт.

Заключение

В заключении можно констатировать, что социальные медиа являются влиятельным инструментом репрезентации социокультурной идентичности русскоязычных немцев и заслуживают внимания. Сегодня, когда мир вступает в фазу противостоя-

ния, аналогов которому не было со времен Второй Мировой войны, идентичность многомиллионного сообщества русскоязычных немцев чрезвычайно важна для России. Вовлеченность русскоязычных немцев разных стран в саморепрезентации в социальных медиа воспроизводит, формирует и транслирует в социокультурное пространство идентичности смыслы коллективной культуры и памяти, приобретающие сегодня первостепенную важность.

Для эффективной и устойчивой работы в социальных медиа крайне важно упорядоченное смысловое сопровождение медийной активности. На практике ведение социальных сетей, фото- и видеосъемка, написание текстов и общение с аудиторией зачастую мотивируется личным энтузиазмом, что не обеспечивает ни регулярности, ни прогнозируемой семантики. В связи с этим особенно важно обратить внимание на необходимость поддержки информационной работы в цифровом пространстве государственными институтами как инструмента сохранения социокультурной идентичности, а также удержания взаимных симпатий народов, связанных исторически и семантически.

Источники и материалы

- Виндгольц 2011 — *Von Windgolyz II. P.* Немцы России. Песня. Музыка. Обряд. // *Russlanddeutsche: песня, музыка, обряд / И. П. Виндгольц.* Саратов: Новый ветер, 2011. 378 с.; ил., ноты. Саратов: Новый ветер.
- Қазақстан 2023 — Қазақстан Республикасындағы ұлттық құрамы, діни нанымдар және тілдерді меңгеруі. Национальный состав, вероисповедание и владение языками в Республике Казахстан. // Астана: Агентство по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан. Бюро национальной статистики [электронный ресурс]. [Национальный состав, вероисповедание и владение языками в РК.pdf](#) (дата обращения: 14.09.2024).
- Манифест 1763 — *Екатерина II.* Манифест от 22 июля 1763 г. «О дозволении всем иностранцам, в Россию въезжающим, поселяться в которых Губерниях они пожелают и о дарованных им правах» // Гарант [электронный ресурс]. [Манифест от 22.07.1763 «О дозволении всем иностранцам, в Россию въезжающим, поселяться в которых Губерниях они пожелают и о дарованных им правах» | ГАРАНТ](#) / (дата обращения: 21.07.2025).
- Мильоны нас 2024 — *Силантьева О.* Мильоны нас, но сколько именно российских немцев? // Немецкий дом республики Татарстан. 01.11.2024 [электронный ресурс]. <https://www.nd-rt.ru/2024/11/01/milony-nas-no-skolko-imenno-rossijskih-nemcev/?ysclid=mdbw1> (дата обращения: 21.07.2025).
- Немцы 2025 — Telegram-канал Немцы Казахстана (977 подписчиков на 1 марта 2024 г.) сообщает о себе как о канале о новостях, культуре, образовании. (дата обращения: 12.07.2025).
- Новости 2025 — Telegram-канал RusDeutsch|Новости немцев России (1281 подписчик на 1 марта 2024 г.) канал, позиционирующий себя как ресурс об актуальных событиях в жизни сообщества российских немцев в России и за ее пределами. (дата обращения: 12.07.2025).
- Онлайн-выставка 2020 — Онлайн-выставка «Имя вернет Победу». // Информационный портал российских немцев «RusDeutsch» [электронный ресурс]. [Онлайн-выставка «Имя вернет Победу» RusDeutsch. Российские немцы — герои Великой Отечественной войны](#) (дата обращения: 30.04.2025).
- Праздники 2025 — Праздники // Информационный портал российских немцев «RusDeutsch» [электронный ресурс]. <https://enc.rusdeutsch.ru/articles/365> (дата обращения: 06.05.2025)
- Семья 2025 — Семья и быт российских немцев // Информационный портал российских немцев «RusDeutsch» [электронный ресурс]. <https://museum.rusdeutsch.ru/a/a1/p2etno-ru.html> (дата обращения: 06.05.2025).
- Указ 1941 — Указ Президиума Верховного Совета СССР 28.08.1941. «О переселении немцев, проживающих в районах Поволжья» // Электронная библиотека исторических докумен-

- тов [электронный ресурс]. [Электронная библиотека исторических документов \(ЭБИД\) | «О переселении немцев, проживающих в районах Поволжья». Указ Президиума Верховного Совета СССР от 28 августа 1941 г.](#) (дата обращения: 30.04.2025).
- Geschichte 2025 — Geschichte der Wolgadeutsche [электронный ресурс]. <https://wolgadeutsche.net> (дата обращения: 10.05.2025).
- Ira Peter 2025 — Ira Peter. Journalistin, Podcasterin, Autorin, Moderatorin // *Блог Ира Петер* [электронный ресурс]. <https://www.ira-peter.de/> (дата обращения: 12.07.2025).
- Jaschka 2023 — Jaschka & Adez — Kasachstan // ВКонтакте [электронный ресурс]. [Adez & Jaschka — Kasachstan/Казахстан \(Премьера трека, \[Video\], 2023\) — смотреть онлайн в поиске Яндекса по Видео](#) (дата обращения: 21.07.2025).
- Liaze 2003 — Liaze x equal — «2003» // ВКонтакте [электронный ресурс]. [Liaze — «2003» Исполнитель из Франкфурга. | HYPERBEAST | ВКонтакте](#) (дата обращения: 21.07.2025).
- Hall 2023 — Hall S. 2023. Pioneering Diversity & Inclusivity in Media // Media Theory <https://mediatheory.net/stuart-hall/#> (дата обращения: 07.05.2025).
- Riwweldeutsche 2025 — Telegram-канал Riwweldeutsche|Канал о немецких переселенцах (1301 подписчик на 1 марта 2024 г.) представлен как канал о переселенцах, российских немцах, немцах Украины, Казахстана и даже рожденных на Волга-Стрит жителей Канзаса. (дата обращения: 12.07.2025).
- RusDeutsch 2025 — RusDeutsch // Информационный портал российских немцев [электронный ресурс]. <https://rusdeutsch.ru/?ysclid=md78te7p11214189786> (дата обращения: 10.05.2025).
- Von P wie 2025 — Von P wie Pelznickel bis P wie Plow. Weihnachten und Esskultur bei Russlanddeutschen. // Museum und Kulturreferat für russlanddeutsche Kulturgeschichte [электронный ресурс]. <https://www.russlanddeutsche.de/kulturreferat/projekte/steppenkinder/folge-43.html> (дата обращения: 12.07.2025).
- Wie viele 2020 — Wie viele Russischsprachige leben in Deutschland? Интеграция с медиасервисами [электронный ресурс]. [Wie viele Russischsprachige leben in Deutschland?| Artikel | MEDIENDIENST INTEGRATION](#) (дата обращения 21.07.2025).
- Wiedergeburt 2025 — Wiedergeburt [электронный ресурс]. <https://wiedergeburt-kasachstan.de/> (дата обращения: 10.05.2025).

Научная литература

- Алгави Л. О., Аль-ханани Д. А. Функции социальных медиа // Вестник РУДН. Серия: Литературоведение, журналистика. 2012. № 3. С. 56–62.
- Апендиев Т. А. История появления немецкой диаспоры в Казахстане в контексте исторических событий и факторов // Национальная ассоциация ученых (НАУ). 2015. № 8. С. 120–125.
- Ауман В. А., Чеботарева В. Г. История российских немцев в документах (1763–1992 гг.). Т. 1. М.: Международный институт гуманитарных программ МИГУП, 1993. 447 с.
- Бахтурина А. Ю. «Лучше пусть немцы разорятся, чем будут шпионить»: немцы-колонисты и российское общество в годы «германской» войны // Новый исторический вестник. 2013. № 35. С. 6–32.
- Бурдые П. Практический смысл. СПб.: Алетей, 2001. 562 с.
- Воробьева С. И. Общество российских немцев «Видергебурт» в Республике Хакасия в 1990–2010-е гг. // Genesis: исторические исследования. 2021. № 10. С. 90–99.
- Герман А. А. Вклад немцев СССР в отражение нацистской агрессии в годы Великой Отечественной войны // Исторический курьер. 2021. № 3 (17). С. 154–162. <https://doi.org/10.31518/2618-9100-2021-3-17>
- Герман А. А., Плева И. Р. Немцы Поволжья: Краткий исторический очерк. Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2002. 144 с.
- Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни / Перевод с англ. и вступ. ст. А. Д. Ковалева. М.: КАНОН-пресс-Ц, Кучково поле, 2000. 302 с.
- Дизендорф В. Историческая демография немецкого населения России и СССР (XVIII — начало XXI вв.). Роттенбург, 2010. 241 с.

- Карамзин Н. М. История государства Российского. М.: ЭКСМО, 2025. 1020 с.
- Киссер Т. С. Российские немцы: религиозность онлайн // Этнография. 2020. № 3 (9). С. 103–123.
- Кригер В. Российские немцы вчера и сегодня. Народ в пути / перевод с нем. И. Черемушкинского. М.: АИРО-XXI, 2010. 104 с.
- Мясищев В. Н. Психические функции и отношения // Ученые записки Ленингр. ун-та. Серия филос. наук. Психология. 1949. № 3. С. 101–118.
- Попков В. Д. Покидая пределы этничности. Постсоветская эмиграция в Германии. М.: Научно-издательский центр ИНФРА-М, 2021. 326 с.
- Российские немцы / отв. ред. Т. Б. Смирнова, В. А. Тишков. М.: Наука, 2021. 717 с.
- Ханхунова М. Ю., Чойропов Ц. Ц. Социальные медиа как инструмент формирования этнической идентичности // Вестник ВСГУТУ. 2013. № 2 (41). С. 169–177.
- Язык и идентичность: антропологическое исследование ситуации в России / отв. ред. М. Ю. Мартынова М.: ИЭА РАН, 2021. 620 с.
- Dijk van J. *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. Oxford: Oxford University Press, 2013. 228 p.
- Hall S. (ed.). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London: SAGE Publications, 1997. 391 p.
- Hoops M., Panagiotidis J. Both German and Russian: Second-Generation Russian-German Identities in Germany // *Quaestio Rossica*. 2021. No. 9 (3). P. 845–860. <https://doi.org/10.15826/qr.2021.3.613>
- Panagiotidis J. *Russlanddeutsche Spätaussiedler* // *Osteuropa*. 2019. No 69 (9). P. 43–62. <https://doi.org/10.35998/oe-2019-0021>
- Saks A. M. Antecedents and Consequences of Employee Engagement // *Journal of Managerial Psychology*. 2006. No 21 (7). P. 600–619. <https://doi.org/10.1108/02683940610690169>
- Schlaht I. *Zwischen zwei Kulturen — Russlanddeutsche Aussiedler in Deutschland. Besonderheiten bezüglich der interkulturellen Kommunikation: Bachelorarbeit*. Ludwigsburg: Hochschule für öffentliche Verwaltung und Finanzen Ludwigsburg, 2013.
- Tleugazina S., Shapiyeva G., Baigabylov N., Abetova Z. Self-Identification among Kazakh Diaspora in Germany // *Migration Letters*. 2022. No. 19 (5). P. 677–686. <https://doi.org/10.33182/ml.v19i5.2362>

References

- Algawi, L. O., and D. A. Al-Hanaki. 2012. Funkcii social'nyh media [Functions of Social Media]. *Vestnik RUDN. Seriya: Literaturovedenie, zhurnalistika* 3: 56–62.
- Apendiev, T. A. 2015. Istoriya poyavleniya nemeckoj diaspori v Kazahstane v kontekste istoricheskikh sobytij i faktorov [The History of the German Diaspora in Kazakhstan in the Context of Historical Events and Factors]. *Nacional'naya associaciya uchenyh (NAU)* 8: 120–125.
- Auman, V. A., and V. G. Chebotareva. 1993. *Istoriya rossijskikh nemcev v dokumentah (1763–1992)* [History of the Russian Germans in Documents (1763–1992 gg.)]. Vol. 1. Moscow: Mezhdunarodnyj institut gumanitarnyh programm MIGUP. 447 p.
- Bahturina, A. Yu. 2013. «Luchshe pust' nemcy razoryatsya, chem budut shpionit'»: nemcy-kolonisty i rossijskoe obshchestvo v gody «germanskoj» vojny [“It is Better to Let the Germans Go Bankrupt Than Spy”: German Colonists and Russian Society During the Years of the “German” War]. *Novii istoricheskii vestnik* 35: 6–32.
- Bourdieu, P. 2001. *Prakticheskij smysl* [The Practical Sense]. Saint Petersburg: Aleteia. 562 p.
- Dijk, J. van. 2013. *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. Oxford: Oxford University Press. 228 p.
- Dizendorf, V. 2010. *Istoricheskaya demografiya nemeckogo naseleniya Rossii i SSSR (XVIII — nachalo XXI vv.)* [Historical Demography of the German Population of Russia and the USSR (18th — Early 21st Centuries)]. Rottenburg. 241 p.
- German, A. A., and I. R. Plehve. 2002. *Nemcy Povolzh'ya: Kratkij istoricheskij ocherk* [Germans of the Volga Region: A Brief Historical Sketch]. Saratov: Izdatel'stvo Saratovskogo universiteta. 144 p. <https://doi.org/10.31518/2618-9100-2021-3-17>

- German, A. A. 2021. Vklad nemcev SSSR v otrazhenie nacistskoj agresii v gody Velikoj Otechestvennoj vojny [The Contribution of the Germans of the USSR to the Reflection of Nazi Aggression During the Great Patriotic War]. *Istoricheskij kur'er* 3(17): 154–162.
- Goffman, E. 2000. *Predstavlenie sebia drugim v povsednevnoi zhizni* [The Presentation of Self in Everyday Life]. Moscow: KANON-press-Ts, Kuchkovo pole. 302 p.
- Hall, S. (ed.). 1997. *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London: SAGE Publications. 391 p.
- Hoops, M., and J. Panagiotidis. 2021. Both German and Russian: Second-Generation Russian-German Identities in Germany. *Quaestio Rossica* 9(3): 845–860. <https://doi.org/10.15826/qr.2021.3.613>
- Karamzin, N. M. 2025. *Istoriia gosudarstva Rossiiskogo* [History of the Russian State]. Vol. 1. Moscow: EKSMO. 1020 p.
- Khankhunova, M. Yu., and Ts. Ts. Choiropov. 2013. Sotsial'nye media kak instrument formirovaniia etnicheskoi identichnosti [Social Media as a Tool for the Formation of Ethnic Identity]. *Vestnik VSGUTU* 2(41): 169–177.
- Kisser, T. S. 2020. Rossiiskie nemtsy: religioznost' online [Russian Germans: Online Religiosity]. *Etnografiia* 3(9): 103–123.
- Krieger, V. 2010. *Rossiiskie nemtsy vchera i segodnia. Narod v puti* [Russian Germans Yesterday and Today. The People on the Road]. Moscow: AIRO-XXI. 104 p.
- Martynova, M. Yu. (ed.). 2021. *Yazyk i identichnost': antropologicheskoe issledovanie situatsii v Rossii* [Language and Identity: An Anthropological Study of the Situation in Russia]. Moscow: IEA RAN. 620 p.
- Myasishchev, V. N. 1949. Psikhicheskie funktsii i otnosheniia [Mental Functions and Relations]. *Uchenye zapiski Leningradskogo universiteta. Seriya filosofskikh nauk. Psikhologiya* 3: 101–118.
- Panagiotidis, J. 2019. Russlanddeutsche Spätaussiedler. Soziale Charakteristika, Netzwerke und Selbstverständnis [Russian German Immigrants. Social Characteristics, Networks and Self-Image]. *Osteuropa* 69(9): 43–62. <https://doi.org/10.35998/oe-2019-0021>
- Popkov, V. D. 2021. *Pokidaya predely etnichnosti. Postsovetskaia emigratsiia v Germanii* [Leaving the Bounds of Ethnicity. Post-Soviet Emigration in Germany]. Moscow: Nauchno-izdatel'skii tsentr INFRA-M. 326 p.
- Saks, A. M. 2006. Antecedents and Consequences of Employee Engagement. *Journal of Managerial Psychology* 21(7): 600–619. <https://doi.org/10.1108/02683940610690169>
- Schlaht, I. 2013. *Zwischen zwei Kulturen — Russlanddeutsche Aussiedler in Deutschland. Besonderheiten bezüglich der interkulturellen Kommunikation* [Between Two Cultures — Ethnic German Repatriates from Russia in Germany. Special Considerations Regarding Intercultural Communication]. Bachelor diss., Hochschule für öffentliche Verwaltung und Finanzen Ludwigsburg.
- Smirnova, T. B., and V. A. Tishkov (eds.). 2021. *Rossiiskie nemtsy* [Russian Germans]. Moscow: Nauka. 717 p.
- Tleugazina, S., G. Shapiyeva, N. Baigabylov, and Z. Abetova. 2022. Self-Identification among Kazakh Diaspora in Germany. *Migration Letters* 19(5): 677–686. <https://doi.org/10.33182/ml.v19i5.2362>
- Vorobyeva, S. I. 2021. Obshchestvo rossiiskikh nemtsev «Videregubrt» v Respublike Khakasiia v 1990–2010-e gg. [The Society of Russian Germans “Wiedergeburt” in the Republic of Khakasia in the 1990s–2010s]. *Genesis: istoricheskie issledovaniia* 10: 90–99.