

СТРАТЕГИИ ФОРМИРОВАНИЯ ЕВРОПЕЙСКОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ МОЛОДЫМИ РОССИЯНАМИ В ИСПАНИИ

Маргарита Романовна Снегур
(margarita.snegur@gmail.com)

Санкт-Петербургский государственный университет,
Санкт-Петербург, Россия

Цитирование: Снегур М.Р. Стратегии формирования европейского образа жизни молодыми россиянами в Испании. *Журнал социологии и социальной антропологии*, 23(2): 166–188. <https://doi.org/10.31119/jssa.2020.23.2.7>

Аннотация. Глобализация порождает противоречивые процессы самоидентификации как на государственном, так и на индивидуальном уровнях. Россия — это Европа, часть Евразии или особая цивилизация? Ответ на этот вопрос дается на уровне как геополитики, так и организации собственной повседневной жизни. Цель статьи — выявление и анализ стратегий конструирования европейской идентичности на уровне индивидуального образа и стиля жизни. Быть европейцем значит жить, как подобает европейцу. Объектом эмпирического исследования стали молодые россияне, временно или постоянно проживающие в Испании. Методологической базой исследования является поворот к экзистенциальной повседневности и ситуационный анализ. В качестве стратегии исследования выступает участвующее наблюдение. Сбор эмпирических данных проводился с помощью наблюдения, глубинных интервью, вторичного анализа статистических данных и нормативных документов, включенного наблюдения. Конструирование идентичности идет, с одной стороны, в рамках образа жизни как совокупности объективных возможностей и ограничений, характерных для современной Испании. Пространство объективных возможностей делится на уровни (а) общеевропейских социокультурных условий (традиций, экономической системы, политического, правового и административного регулирования Европейского союза); (б) условий испанского национального пространства; (в) региональных условий; (г) локальных ниш, открывающих возможность для свободного выбора стилей жизни. С другой стороны, конструирование европейской идентичности принимает форму стиля жизни, свободно выбираемого индивидом в рамках объективно доступных условий исходя из личных вкусовых предпочтений и мировоззрения. В ходе эмпирического исследования были выявлены следующие стратегии конструирования европейской идентичности через практики образа и стиля организации повседневной жизни: (а) ориентация на приоритет норм Европейского союза; (б) испанизация; (в) испанская регионализация; (г) русская геттоизация в том или ином ее варианте.

Ключевые слова: европеизация, идентичность, образ жизни, стиль жизни, стили европеизации, перформативная идентичность.

Одной из основных характеристик «текучей современности» (Бауман 2004) является мобильность во всех ее смыслах: территориальная, профессиональная, политическая и др. У молодых людей она ассоциируется с успехом, независимостью, свободой. Поездки за границу или переезд туда для постоянного проживания стали популярной формой мобильности российской молодежи.

Через географическую мобильность и сопровождающие ее практики происходит конструирование социальной идентичности в тех или иных ее измерениях, в том числе европейской идентичности, которая проявляется не только в вербальной самоидентификации с воображаемым обществом «Европа», но и в повседневных практиках образа и стиля жизни. Быть европейцем значит вести соответствующий образ жизни.

Одной из стран, притягивающих мобильных россиян по разным причинам, стала Испания. Здесь молодые россияне формируют свой образ жизни, опираясь, с одной стороны, на стратегии адаптации к образу жизни окружающей среды, а с другой — на стремление к самовыражению, конструированию индивидуальности, проявлению личного вкуса.

Европеизация образа жизни россиян: история и современность

На уровне геополитики европеизация веками проявлялась в стремлении государства играть важную роль в европейском политическом пространстве. На уровне повседневности европеизация — это использование наряду с русским языком других европейских народов, заимствование элементов культуры потребления и организации повседневной жизни, которые сформировались в других регионах европейского континента, личные контакты, траектории путешествий, проникновение из других стран религиозного и философского мировоззрения, повлиявшего на формирование российской ментальности. В качестве основных ее вех называют приход варягов и заимствование из Византии греческой религии — православия (Талина 2014), реформы Петра I (Лелеко 2002) и их продолжение последующими императорами. Западники в XIX в. предлагали следовать по уже проторенному Западной Европой пути (Чаадаев 1987). Если на уровне геополитики и политической философии всегда стояла проблема выбора между изоляцией от других европейских стран и тесной интеграцией с ними, то модернизация повседневности медленно шла по пути заимствования, воспроизводства и локализации образцов, получивших распространение в наиболее развитых странах Европы. Двигателем этого процесса заимствования сначала было дворянство, а затем и буржуазные слои населения.

В советскую эпоху антизападная геополитика сочеталась с противоречивой политикой в сфере модернизации повседневности. С одной стороны, было стремление сформировать самобытный советский (социалистический) образ жизни, а с другой — техническое отставание в сфере производства потребительских товаров и услуг толкало к постоянным заимствованиям из Западной Европы и США (Ильин 2011; Карамурза 2007; Юрчак 2017; Kravets, Sandıkcı 2013).

В ранний постсоветский период (1990-е годы) на государственном уровне был взят курс на максимальную вестернизацию и интеграцию в европейское сообщество на всех уровнях, в том числе в повседневной культуре (Кононенко 2011; Сергеева 2009; Bartlett 2006; Gurova 2006; 2015; 2017). В XXI в. возникло противоречивое положение. С одной стороны, на уровне геополитики и политической философии, а также массового сознания стала выходить на первый план идея «Россия — это не Европа». С другой стороны, новые формы организации повседневности идут с Запада (Klingseis 2011; Lokila, Gladarev 2008; Roberts 2016). Они ярко проявляются в широком заимствовании способов организации розничной торговли и в развитии шопинга (Zhelnina 2011; Ильин 2017; Ильин, Чой 2017; Радаев 2007)

Иначе говоря, на уровне геополитической самоидентификации россиянин может говорить, что «мы не европейцы», но на уровне организации повседневного образа жизни он без оговорок вписывается в общеевропейское культурное пространство. Даже самые убежденные националисты не рискуют предлагать альтернативы этому тренду. Правда, национализм конвертируется в некоторые потребительские практики на продовольственном рынке (Caldwell 2002; Huddleston et al. 2000).

Европеизация в дискурсе Европейского союза

В западном общественном и научном дискурсе проблема европеизации возникла в контексте процессов интеграции в рамках Европейского союза во второй половине XX — начале XXI в. Один из наиболее известных исследователей европеизации Клаудио Радаелли определяет ее как «набор процессов конструирования, взаимопроникновения, институционализации формальных и неформальных правил, процедур, политических парадигм, стилей, способов делать что-либо, общие взгляды, нормы, которые сперва определены ЕС, затем распространены и внедрены в национальный дискурс, идентичность, политические структуры и публичную политику»* (Radaelli 2004: 3). Первоначально в зарубежной литера-

* Перевод автора.

туре концепт «европеизации» использовался только в политических исследованиях (Шульга 2015; Schimmelfennig 2012). Риссе считает, что процесс европеизации трансформирует внутренние национальные структуры и «степень адаптационного давления, создаваемого европеизацией, зависит от соответствия или несоответствия между европейскими институтами и внутренними структурами»* (Risse et al. 2001).

В социологических исследованиях категория «европеизация» применяется в основном для изучения процессов, во-первых, аккультурации и адаптации мигрантов, во-вторых, развития мобильности и международных контактов жителей Евросоюза. Дойч с коллегами (Deutsch et al. 1957) утверждают, что индикатором региональной интеграции является объем и интенсивность трансграничных связей. Многие исследователи изучали практики трансграничных мобильностей в результате формирования единого экономического и культурного пространства в рамках Европейского союза (Bade 2000; Fligstein 2008; Koikkalainen 2011; Maas 2007; Moch 2003).

Наиболее всеобъемлющим социологическим исследованием мобильности граждан ЕС остается проект PIONEUR, который основан на сравнительном опросе 5000 граждан в Западной Европе (Recchi, Favell 2009). В этом исследовании подчеркивается влияние на мобильность социально-экономического статуса и маргинальности трудовых мигрантов за исключением групп гастарбайтеров в Германии (Braun, Recchi 2009). Как подтверждают другие исследования (см., например: Verwiebe 2011 — о европейцах в Берлине), чисто экономические мотивы не являются главными стимулами миграции внутри ЕС. Более того, данные PIONEUR показывают склонность предпринимателей внутри ЕС формировать международные сети дружбы (Alaminos, Santacreu 2009). Хотя различия на индивидуальном уровне значительны (например, мотивы мобильности, образование и классовая принадлежность, возраст при миграции), стратегии не обусловлены ни страной происхождения, ни страной проживания мигрантов (Braun, Glöckner-Rist 2012).

Несмотря на заметные сдвиги в процессе формирования европейского образа жизни в ЕС, пока это скорее тренд, чем завершившийся процесс. Диез Медрано (Díez Medrano 2008) приходит к выводу, что говорить об европейском обществе возможно только в отдаленной перспективе. Однако имеют место практики европеизации повседневной жизни жителей стран ЕС. Это смешанные браки, деловые сети, потребительские практики и т.д.

* Перевод автора.

При этом в наибольшей мере европеизация проявляется в изменениях, которые произошли в жизни менее образованного населения, представители которого теперь начали путешествовать в другие страны Европы (Díez Medrano 2003). Транснациональная жизнь проявляется не только в поездках, но и в прослушивание иностранной музыки, песен на чужом языке, покупке экзотической еды и просмотре иностранных СМИ.

Уровни европеизации

В данном исследовании европеизация понимается как процесс формирования европейской идентичности через повседневные практики образа и стиля жизни. В этом процессе можно выделить несколько уровней.

1. Национальная идентичность представителей любой европейской нации по определению является частью европейской идентичности. Она конструируется через практики, которые осознаются как маркеры принадлежности к воображаемому сообществу европейцев. Граница Европы — это социальный конструкт, поэтому каждое государство и каждый индивид решают, к какому наднациональному воображаемому сообществу они принадлежат. Так, испанцы считают себя европейцами по факту признания расположения Испании в Европе. Этому не противоречит тот факт, что многие практики испанцев локализованы национальными границами.

Согласно исследованию крупнейшей страховой группы Европы Eurog Assistance, 2/3 испанцев проводят отпуск в Испании и преимущественно в родных провинциях, только 16 % едут на отдых в другую провинцию, и всего 3 % — в другие страны Европы (Map of the week: Spaniards on holiday). Отчеты Еврокомиссии о туризме за 2017 г. подтверждают, что только 2,6 % краткосрочных и 4,1 % долгосрочных поездок испанцев приходится на страны ЕС (Trips of EU residents by duration and destination, 2017), остальные — внутри страны. Также существуют противоречия в языковой политике: документ Еврокомиссии COM (2017) 0673 подчеркивает важность владения двумя европейскими языками, помимо своего родного, для всех граждан ЕС*. В то время как CIS state research institute сообщает, что 60 % испанцев не владеют английским языком, 90 % граждан пенсионного возраста говорят только на испанском (Report of Spanish Media resource El Pais).

* COM (2017) 0673 — Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European economic and social committee and the Committee of the regions (Strengthening European Identity through Education).

Аналогичным образом многие россияне (хотя далеко не все) считают себя европейцами уже в силу того, что большая их часть проживает в Европе, а русская культура ближе к культурам европейских народов. Представления о том, к какому воображаемому наднациональному сообществу принадлежит Россия, регулярно меняются и в существенной мере совпадают с идеологическими и политическими взглядами.

Разновидностью такой формы воспроизводства идентичности является регионализация. Быть мадридцем или москвичом значит быть европейцем. Разумеется, далеко не все с этим согласны. Однако при конструировании воображаемых сообществ нет объективных критериев.

2. Европеизация повседневности представляет собой процесс формирования транснациональных форм обыденной жизни. Этот процесс особенно активно идет в рамках Европейского союза. Испания является членом Европейского союза, в котором активно идут процессы политической, правовой, экономической и культурной интеграции. Нельзя жить в стране, входящей в этот союз, не ощущая давления общеевропейских институтов и процессов интеграции. Европейский союз, выросший из экономического союза в политический институт, реализовывал ряд программ для конструирования единого европейского культурного пространства (программы «Калейдоскоп», «Ариан», «Рафаэль», «Культура», «Телевидение без границ», «Медиа» и др.). Преамбула Договора о ЕС называет в качестве общих ценностей историческое наследие народов (включая культурное и религиозное), свободу, демократию, равенство, правовое государство. В результате опросов Европейской комиссии по Евробарометру в блоке «Европейское гражданство» отражен постоянный рост количества людей, относящих себя к гражданам ЕС, в качестве основного преимущества быть гражданином ЕС отмечают свободу путешествовать, учиться, работать в любой стране Европы, а также что ощущают выгоду от снижения контроля границ во время путешествий по Европе и снижение цен на звонки в разные страны ЕС (Standard Eurobarometer 91). В образовательной политике ЕС реализуются ряд программ, способствующих развитию мобильности, участию в гражданской жизни, межкультурному диалогу, социальной инклюзии, солидарности, обмену знаниями, опытом и навыками между жителями разных стран, например Erasmus+, Erasmus Mundus, программа имени Жана Моне и др. Испания также является активным участником образовательных программ и сама стала популярным направлением для студентов из разных стран.

Россия не исключена из процесса формирования транснациональных форм: достаточно большое количество россиян либо живет в других

странах Европы, либо регулярно или эпизодически приезжают туда с разными целями, изучают языки других народов (особенно английский), читают иностранные книги, смотрят иностранные фильмы, потребляют блюда иностранного происхождения (например, пиццу), покупают автомобили, одежду, косметику, строительные материалы тех же брендов, что и жители иных европейских стран. При этом транснациональные формы повседневности вполне уживаются с неевропейской самоидентификацией в терминах геополитик и цивилизации («мы» — россияне и «они» — европейцы). Как правило, такое противоречие воспроизводится в контексте активного потребления СМИ, акцентирующих политический раскол между Россией, с одной стороны, и Западом, Европейским союзом — с другой.

Согласно исследованию Левада-Центра, в 1999 г. 67 % опрошенных россиян считали, что Россия должна стремиться к вступлению в Европейский союз, в 2010 и 2011 гг. большинство также разделяло это мнение: 55 % и 51 % соответственно (Россияне разлюбили Европу). Однако в 2014 г. данный показатель резко упал: только 15 % опрошенных разделяли данное мнение, тогда как 64 % отметили, что это совершенно не нужно для России. Кроме того, распространилось мнение о негативном воздействии Запада на российскую культуру: в 1992 г. так считали 37 %, в 2000-х — 66 % опрошенных. В 1998 г. 71 % россиян считал себя европейцем, тогда как в 2008 г. доля таковых составила лишь 21 % (Россияне разлюбили Европу).

Идентичность конструируется в рамках диалектики структуры и свободного действия (structure vs agency). Им соответствуют категории образа и стиля жизни. Если категория образа жизни подчеркивает объективную обусловленность форм жизнедеятельности, то категория стиля жизни, наоборот, фокусирует внимание на свободе индивида выбирать и конструировать собственные конфигурации повседневных практик (Ильин 2008: 397–398). В рамках возможностей и ограничений местного образа жизни индивиды выбирают стратегию адаптации, соответствующую их личным вкусам, жизненным целям и возможностям.

Методология и методика эмпирического исследования

Объект данного эмпирического исследования — молодые россияне в Испании. Согласно официальному сайту Министерства миграции и труда Испании, россияне занимают десятое место среди мигрантов (44 017 человек прибыло за 2018 г.). При этом на национальную визу длительного пребывания подали 28 832 россиянина (65,5 % от всех при-

бывших). Большинство приехавших россиян относятся к категории трудоспособных: 75,64 % в возрасте 16 до 64 лет (Официальный сайт Министерства труда и миграции Испании¹). Кроме того, Испания занимает первое место по количеству студентов, приехавших из разных стран по программе академической мобильности Erasmus+ (Ежегодный отчет Erasmus+ за 2017 год).

В современных науках об обществе и человеке наметился сдвиг фокуса, который Петр Штомпка определил как «поворот к экзистенциальной повседневности» (Sztompka 2008). Такая методология размывает грань между макро- и микросоциологией. Если первую можно представить в виде социальной архитектуры, то вторая играет роль социального сопромата (Ильин 2016: 148–164). Глобализация, формирование наднациональных воображаемых сообществ происходит на разных уровнях — от геополитики до бытовых практик.

Единицей анализа процессов европеизации образа жизни является обыденная ситуация. Одними из первых социологов, использовавшими ситуационный анализ, стали У. Томас и Ф. Знанецкий. Они выделили три основных составляющих элемента ситуации для ее анализа: объективные условия, установки индивидов — участников ситуации, определение ситуации (Томас, Знанецкий 1994: 193–194).

Эмпирическое исследование проводилось в Испании с 3 сентября 2018 г. по 26 января 2019 г. В фокусе участвующего наблюдения находились основные сферы образа жизни:

- основной вид деятельности (учеба или работа);
- туризм (внутри Испании, внутри ЕС и по всему миру);
- жилищные условия (тип: квартира/комната/общежитие; район: преимущественно среди местных или соотечественники);
- круг общения (испанцы / приезжие из разных стран / соотечественники);
- используемый язык (преимущественное использование испанского, английского или русского);
- интенсивность общения с родственниками и друзьями, проживающими в России (часто/иногда/редко);
- гендерный порядок (стремление к гендерному равенству / традиционный патриархат; отношения между мужчиной и женщиной; яркая презентация гендерной принадлежности через внешний образ);
- питание (предпочтения в еде: испанская / международная / русская кухня);
- музыка (предпочтения: испанская / международная музыка / песни на русском языке);

- спорт (интерес к испанским видам спорта, испанскому футболу);
- праздники (способы отмечать праздники: принятие испанских / международных / русских традиций);
- религия (посещение православной церкви, праздники по юлианскому или григорианскому календарям).

Было проведено 22 глубинных интервью в разных городах и регионах Испании: Мадриде, Алкала-де-Энаресе, Торрехон-де-Ардосе, Гвадалахаре, Валенсии, Севильи, Аликанте, Барселоне. Десять информантов — студенты, приехавшие по программам академической мобильности, и 12 работающих иммигрантов до 34 лет*. В рамках этих категорий выборка осуществлялась методом «снежного кома» и через группы в социальных сетях.

Результаты эмпирического исследования

В ходе эмпирического исследования были выявлены и проанализированы несколько стратегий европеизации образа и стиля жизни россиян, прибывших в Испанию для учебы или на ПМЖ.

1. **Наднациональная европеизация** — это стратегия, при которой индивиды исходят из того, что они приехали в первую очередь не в Испанию, а в Европейский союз, и проявление национальных испанских черт в различных областях повседневности воспринимается негативно, как препятствие для собственной интеграции в европейское общество.

Стратегия более характерна для студентов, приехавших на ограниченный, небольшой срок. Такое определение ситуации разворачивается в специфических повседневных практиках. Несмотря на то что в данной ситуации открывается национальная испанская виза, а не Шенген, действующая виза позволяет свободно перемещаться по территории Шенгенской зоны. Географическое положение страны, относительно небольшая территория, развитая транспортная инфраструктура, относительная дешевизна билетов, близость к другим европейским странам обуславливают особый интерес студентов к туризму. К тому же большое количество национальных, региональных, религиозных праздников являются выходными днями, что позволяет успешно совмещать учебу и путешествия без особых трудностей. Студенты нередко стремятся посетить как можно больше стран, а в коммуникации опираются на английский язык. Однако внутри данного поля возможностей существуют разные стратегии выбора модели поведения.

* Код интервью включает номер, год проведения, пол и возраст информанта, например: 13/18-м-25.

Пока я здесь, я хочу посмотреть как можно больше. Это логично: у меня есть три дня выходных <...>: Этого достаточно, чтобы посмотреть основные достопримечательности еще одной страны и поставить галочку: «Я там был» (9/18-ж-21).

Таких студентов раздражает концентрация учебных программ на испанских реалиях.

Я приехала в первую очередь в ЕС, я хочу понять, что происходит во всем союзе, а не в вашей Испании! То, что я приехала именно в Испанию — по сути выбор пальцем в небо. Могла бы поехать в Германию, Францию, Бельгию (7/2018-ж-20).

У иммигрантов такая стратегия нередко лежит в основе решения о выборе Испании для ПМЖ. В основе было стремление жить в «цивилизованной Европе», а затем уже выбирали страну с благоприятным климатом. Однако при продолжительном проживании в Испании придерживаться этой стратегии им гораздо сложнее, чем студентам.

Реализация наднациональной стратегии европеизации выражается в выборе места проживания в студенческом общежитии среди студентов из разных стран. При этом высоко ценятся совместные ужины с приготовлением кухни разных стран, совместные прогулки по городу, походы в клубы и бары, общение на различные темы. Часто за период одного семестра складывались крепкие взаимоотношения представителей разных стран, отъезд одного из членов группы воспринимался очень болезненно, и общение по Интернету продолжалось после окончания периода обучения в Испании. В частности, зафиксированы случаи поездок друг к другу в гости в разные страны спустя полгода и год после завершения программы академической мобильности. В случае проблем с адаптацией студенты из разных стран проще находят общий язык друг с другом на основании общего негативного восприятия испанских национальных особенностей. В данном случае испанский язык, культура, традиции и обычаи воспринимаются как тормоз для собственной интеграции в европейское общество.

Для студентов, предпочитающих наднациональную стратегию европеизации, характерны стремление общаться с приезжими из разных стран на английском языке, отказ от изучения испанского языка и даже освоения его базовых выражений.

Я не хочу учить испанский. Я здесь не для этого, а для того чтобы получить опыт обучения в Европе... А Испанию я выбрала, потому что мне здесь понравилось, когда я приехала сюда пару лет назад как турист... Но оказавшись здесь... я как будто не в Европе, я не чувствую себя в Европе (7/2018-ж-20).

2. Европеизация как испанизация — это, с одной стороны, испанский образ жизни. Нельзя жить в Испании, не вписываясь в рамки ее политических, экономических, административных и культурных структур. С другой стороны, испанизация проявляется как стиль жизни: ее можно минимизировать, сводить к некоторым сферам, а можно проявляться как стремление познать испанскую культуру в самых разных ее проявлениях.

Этот стиль выражается в туристических поездках в разные регионы Испании.

Я считаю, что раз я приехала в Испанию, то я должна как можно лучше узнать именно ее. Здесь все настолько разное (3/18-ж-20).

Студенты, предпочитающие испанизацию как стиль жизни, стремятся максимизировать коммуникацию с местными жителями и изолироваться от соотечественников и приезжих из других стран. Это выражается в выборе места проживания в съемной квартире одному или совместно с местными жителями, а также в проживании в общежитии с испанскими студентами. Из этого следует высокая интенсивность использования испанского языка, желание и скорость его изучения. Для данного стиля также характерен выбор национальной испанской кухни в повседневной жизни.

Иммигранты чаще всего выбирают стратегию испанизации. Правда, нередко ей предшествует геттоизация на первом этапе. На втором этапе иммигрант находит стабильную работу, получает документы, начинает говорить на испанском и чувствует необходимость интеграции в испанское общество, жить среди местных, изолируясь при этом от русских. После того как происходит адаптация, проявляющаяся на личном уровне в уверенности в себе и завтрашнем дне, тогда иммигранты возобновляют свои контакты с соотечественниками, чтобы поделиться впечатлениями, «отдохнуть» от Испании.

В случае переезда самое сложное — привыкнуть к новой стране. Разделить свою жизнь на «до» и «после». Перестать сравнивать. Говорить: «А вот у нас...». Все, нет никаких нас, ты в другой стране, и это — твое. А это очень болезненный момент — оторваться (12/18-ж-32).

Еще одной сферой, где проявляется испанизация как стиль жизни, становится участие в многочисленных праздниках этой страны. Студенты это делают из любопытства, а иммигранты рассматривают праздники как неотъемлемую часть «новой жизни в новом обществе».

Согласно драматургическому подходу И. Гофмана, реквизиты, сцена и занавес имеют непосредственное значение в интерпретации ситуации и выбора стратегии поведения. Частью интерпретации ситуации является ее музыкальное сопровождение (Гофман 2004). Студенты и иммигранты,

выбирающие стиль испанизации, используют их не только для изучения языка, но и как некий саундтрек к воображаемому фильму о жизни в Испании. В то же время испанская музыкальная культура — это часть местного образа жизни, от которой не скрыться.

Я когда только приехала сюда, то сразу обратила внимание, что на улице не скрыться от песен на испанском. Во всех кафешках, магазинах — популярные испанские песни. <...> И это так круто! Сразу чувствуешь, где ты (1/2018-ж-21).

Высокий уровень вовлеченности в культурную жизнь Испании некоторых наших информантов выражен в посещении танцевальной студии в местном культурном центре, в участии в открытых уроках фламенко и танго на главной городской площади. Подобные мероприятия являются не редкостью и проводятся еженедельно в теплое время года (с апреля до середины ноября) и очень популярны среди местных жителей.

3. Европеизация как испанская регионализация. Для Испании характерны культурные различия между ее историческими регионами, политико-административная децентрализация, наличие местных языков и диалектов. Особенно ярко это проявляется в региональных праздниках, являющихся выходными днями, что имеет прямое влияние на образ жизни и иностранцев. Языковые различия настолько велики, что россиянину представляется невозможным свободное общение на кастильском испанском в Стране Басков, Каталонии, Галисии, Валенсии, т.е. изучение испанского языка перед приездом в Испанию требует тщательной подготовки в неразрывной привязке к конкретному региону. Особенно сильно эта стратегия европеизации выражена у иммигрантов. Культурная регионализация смыкается с политикой, которая выплескивается в уличных акциях протеста. Порою россияне участвуют в них, кто из туристического любопытства, а кто-то из политических симпатий.

Я ходила на митинги дважды за два месяца. <...> Испанцы вечно хотели забрать эти территории под свой контроль... Сейчас Барселона один из самых популярных городов мира. Сами ничего не хотят делать, а из Каталонии деньги тянут. Тут и чернозем, и промышленность, и туризм. <...> Исторически Каталония всегда была свободной... (8/18-ж-22).

Испанская регионализация проявляется на уровне повседневных практик в сфере футбола. Спортивные соревнования часто носят характер демонстрации борьбы между провинциями. Здесь конструируется региональная идентичность. Среди россиян много фанатов тех или иных футбольных клубов.

Я смотрю по 3–4 матча в неделю, всех знаю, все уже как родные (16/18-м-29).

4. **Европеизация как геттоизация** — это стратегия сохранения своей российской идентичности в чужой стране. Эта категория считает себя русскими европейцами просто по факту рождения в России, а Испанию — просто местом вынужденного или выгодного проживания. Они не считают особенно важным для себя интегрироваться в культурное пространство Европейского союза и/или Испании. Такая стратегия неизбежно ведет к геттоизации, т.е. формированию небольших оазисов автономной русской жизни в чужой среде. Здесь общаются только на русском языке и в основном с соотечественниками, готовят и едят русские блюда, слушают российскую музыку, интенсивно общаются с родственниками и друзьями в России, постоянно думают об оставленном там доме и мечтают туда вернуться.

Стратегия геттоизации опирается на два разных типа конструирования идентичности. Первый тип — это идентичность русских европейцев. «Мы русские, а потому европейцы». Второй тип опирается на представление о России как уникальной цивилизации, которая противостоит европейской. На уровне повседневных практик эти типы неразличимы, но проявляются в обосновании, рационализации своей стратегии.

Эта стратегия включает видение мира через линзы, делящие окружающий мир на «мы» и «они». Это проявляется в восприятии и геополитики, и истории, и мелочей повседневной жизни.

Мне кажется, что наши студенты, русские, более дисциплинированные, ответственные, они как-то более... осознаннее, что ли, получают образование. <...> Здесь же вообще не думают о будущем, испанцы студенты прям как дети... Не интересуются ничем, куда если и ходят, так только на вечеринки каждый вечер. <...> Мне кажется, что в этом смысле, мы гораздо больше европейцы, чем они... (3/2018-ж-20)

Этот стиль жизни выбирают и некоторые студенты. Как правило, это связано с незнанием испанского языка, что порождает трудности в решении бытовых вопросов, непонимание и неприятие местной жизни. Влияет отсутствие предварительной подготовки к поездке в Испанию, когда ряд национальных особенностей становятся неприятным сюрпризом в повседневной жизнедеятельности.

Я понимала, что есть сиеста, есть фиеста, но когда ты ее начинаешь на себе испытывать, когда тебе надо срочно в магазин в воскресенье, а все вокруг закрыто, а по будням, извините, с половины первого до пяти — «извините, пока, мы закрываемся, мы очень устали», то у тебя сразу встает такой вопрос: «А что Вы, собственно, делаете вообще?» <...> Это мне непонятно. У нас, например, в Вышке, учебный офис открыт с 8 до 19 (2/2018-ж-20).

Заключение

Таким образом, можно говорить о том, что европеизация образа жизни представляется многомерным процессом и может быть рассмотрена с различной перспективы. Так, молодые люди, проживающие в европейской части России, уже активно участвуют в этом процессе. Поездки в европейские страны в рамках программ академической мобильности, а также выбор Европы как основного туристического направления; образование по европейским стандартам в силу участия России в Болонском процессе, обязательное изучение английского языка на всех уровнях обучения, участие России в культурных и спортивных европейских мероприятиях, европейские товары и бренды повседневного потребления, — все эти социальные детерминанты формируют определенной европейский образ жизни в России. В связи с технологическим развитием, техническими возможностями и выдвиганием мобильности как ценности молодые люди наиболее активно используют каналы мобильности, позволяющие им попробовать себя в различных социокультурных условиях.

В силу ряда исторических и политических причин Европа всегда занимала особо место в восприятии россиянами. Долгое время она считалась образцом для экономического и культурного развития. Высокий уровень миграции россиян в разное время и выбор места для переезда подтверждали популярность европейских стран для россиян. В настоящий момент отношение к Европе постепенно меняется в силу политических событий и активной пропаганды в СМИ. Понятие «Европа» зачастую приобретает негативный контекст, «Европа» и «Европейский союз» в обыденном сознании россиян часто становятся тождественными. В то же время начинает разрушаться стереотип о Европе как о едином культурном пространстве, и опыт учебы/работы в европейской стране все же остается важным маркером и весомым элементом для повышения собственной конкурентоспособности на рынке труда.

Между тем разрушение стереотипных представлений о европейских странах, межкультурная коммуникация, повышение языковых навыков, процесс проверки собственной адаптации к новым условиям также становятся причинами, по которым молодые россияне стремятся уехать на определенное время (иногда с дальнейшим решением переезда на ПМЖ) в Европу. Испания является одной из наиболее привлекательных стран для переезда в силу различных причин, однако часто приоритетным в выборе именно этого направления становится совмещение институциональных возможностей ЕС с личными предпочтениями в климате, кухне и т.п.

Приезжая в Испанию, россиянин попадает в совершенно новое социально-культурное пространство, где ему приходится подстраивать свой привычный образ жизни под особые условия: выбор определенных товаров и услуг в магазинах, транспортные компании, евро как валюта, испанский язык, государственные и муниципальные праздники заменяют приехавшему россиянину прежние условия и вынуждают учиться жить «по-испански». Происходит европеизация образа жизни, которая носит различный характер. На основании полученных эмпирических данных выделены следующие стили европеизации образа жизни: наднациональная европеизация, испанизация и геттоизация.

Наднациональная европеизация характеризуется следующими чертами: в течение проживания в Испании у индивида формируется позитивное отношение к ЕС, принятие ценностей и норм ЕС, он предпочитает общение с представителями разных стран ЕС на английском как инструменте международного общения, путешествует в разные страны Европы, интересуется европейскими новостями, не принимает испанский образ жизни как европейский, отказывается учить и использовать испанский, воспринимает испанский образ жизни как тормоз европейского развития в целом и личностной интеграции в европейское общество. Данный стиль часто формируется среди студентов, приезжающих в Испанию как государство — член Европейского союза, а также среди молодых специалистов, стремящихся найти работу в европейской организации, активно сотрудничающей с организациями по всей Европе.

Испанизация как стиль европеизации образа жизни россиянина характеризуется высоким уровнем интеграции в испанское общество, предпочтением коммуникации с местными жителями, избеганием встреч с соотечественниками, интересом к испанским культуре, обычаям, традициям, местным новостям, кухне. Участие в традиционных праздниках, просмотр фильмов на испанском, прослушивание испанской музыки также составляют новую повседневность для приезжего. Данный стиль характерен в большей степени для мигрантов, рассматривающих Испанию как страну для ПМЖ.

При геттоизации демонстрируется отсутствие желания интеграции в новую среду, общение только на русском языке с соотечественниками, поиск и приготовление русской кухни, прослушивание российской музыки, интерес к новостям из России, постоянные мысли о доме, желание вернуться. Геттоизация проявляется у тех приезжих, которые рассматривают свое пребывание как временное и не хотят тратить личные ресурсы на изменения своего стиля жизни в силу различных причин.

Литература

- Бауман З. (2004) *Глобализация. Последствия для человека и общества*: пер. с англ. М.: Весь мир.
- Гофман И. (2004) *Анализ фреймов: эссе по организации повседневного опыта*. М.: Ин-т социологии РАН; Ин-т Фонда «Общественное мнение».
- Восленский М.С. (1991) *Номенклатура. Господствующий класс Советского Союза*. М.: Советская Россия; МП «Октябрь».
- Ильин В.И. (2008) *Потребление как дискурс*. СПб.: Интерсоцис.
- Ильин В.И. (2011) Советский консюмеризм как фактор социальной структуры общества дефицита. *Социология вчера, сегодня, завтра. IV Социологические чтения памяти Бориса Голофаства*. СПб.: Эйдос: 95–107.
- Ильин В.И. (2016) Методологический поворот к экзистенциальной повседневности. *Проблемы теоретической социологии*, 11: 148–164.
- Ильин В.И., Чой В.И. (2017) Торгово-развлекательные центры как пространство формирования качества жизни в России. *Социологические исследования*, 4: 82–90.
- Кононенко Р. (2011) *Автомобильность в России*. М: ООО «Вариант»; ЦСПГИ.
- Кара-Мурза С.Г. (2007) *Советская цивилизация: от Великой Победы до краха*. Харьков; Белгород: Книжный клуб семейного досуга.
- Лелеко В.Д. (2002) *Пространство повседневности в европейской культуре*. СПб.: Санкт-Петербургский гос. ун-т культуры и искусств.
- Медведев С.А. (2008) Дискурсы отчуждения: «суверенитет» и «европеизация» в отношениях России и ЕС. *Мировая экономика и международные отношения*, 12: 23–33.
- Радаев В.В. (2007) *Захват российских территорий: новая конкурентная ситуация в розничной торговле*. М.: Издательский дом ГУ ВШЭ.
- Сергеева О.В. (2009) *Домашний телевизор: экранная культура в пространстве повседневности*. СПб.: Изд-во СПбГУ.
- Социология потребления* (2017) М.: Юрайт.
- Талина Г.В. (2014) Европеизация Московской Руси. *Историческое образование*, 1: 135–159.
- Томас У., Знаецкий Ф. (1994) Методологические заметки. *Американская социологическая мысль: тексты*. М.: Изд-во МГУ.
- Шульга М.А. (2015) Европеизация: некоторые особенности одного концепта. *Век глобализации*, 1: 88–95.
- Юрчак А. (2016) *Это было навсегда, пока не кончилось: последнее советское поколение*. 2-е изд. М.: Новое литературное обозрение.
- Alaminos A. Santacreu O. (2009) Living Across Cultures in a Transnational Europe. In: Recchi E., Favell A. (eds.) *Pioneers of European Integration: Citizenship and Mobility in the EU*. Cheltenham: Elgar.

Bade K. (2000) *Europa in Bewegung: Migration vom späten 18. Jahrhundert bis zur Gegenwart*. München: C.H. Beck.

Bartlett D. (2006) In Russia, at last and forever: The first seven years of Russian vogue. *Fashion Theory*, 10(1–2): 175–204.

Braun M., Recchi E. (2009) Free-Moving Western Europeans: An Empirically Based Portrait. In: Fassmann H., Haller M., Lane D. (eds.) *Migration and Mobility in Europe: Trends, Patterns and Control*. Cheltenham: Elgar.

Braun M., Glöckner-Rist A. (2012) Patterns of Social Integration of Western European Migrants. *Journal of International Migration and Integration*, 13: 403–422. Doi 10.1007/s12134-011-0214-4.

Börzel T. (2001) Pace-Setting, Foot-Dragging and Fence-Sitting. Member State Responses to Europeanization. *Queen's Papers on Europeanisation*, 4.

Caldwell M. (2002) The taste of nationalism: Food politics in postsocialist Moscow. *Ethnos*, 67(3): 295–319.

Deutsch K.W., Burrell S., Kann R., Lee M., Lichterman M., Lindgren R., Loewenheim F., van Wagenen R. (1957) *Political Community and the North Atlantic Area: International Organization in the Light of Historical Experience*. Princeton: Princeton University Press.

Diez Medrano J. (2003) *Framing Europe: Attitudes to European Integration in Germany, Spain, and the United Kingdom*. Princeton: Princeton University Press

Diez Medrano J. (2008) *Europeanization and the Emergence of a European Society*. Working paper 2008/12. Barcelona: IBE.

Favell A., Nebe T. (2009) Internal and External Movers: East-West Migration and the Impact of EU Enlargement. In: Recchi E., Favell A. (eds.) *Pioneers of European Integration: Citizenship and Mobility in the EU*. Cheltenham: Elgar.

Fligstein N. (2008) *Euroclash: the EU, European Identity, and the Future of Europe*. Oxford: Oxford University Press.

Goetz K., Meyer-Sahling I.-H. (2008) The Europeanisation of national political systems: Parliaments and executives. *Living Reviews in European Governance*, 3(2). Available at: <http://www.livingreviews.org/lreg-2008-2> (дата обращения: 30.10.2018).

Gurova O. (2006) Ideology of Consumption in the Soviet Union: From Asceticism to Legitimizing of Consumer Goods. *The Anthropology of East Europe Review*, 24(2): 91–102.

Gurova O. (2015) *Fashion and the consumer revolution in contemporary Russia*. L.; N.Y.: Routledge.

Gurova O. (2017) *Russia: Postsocialist consumer culture*. In: Keller M., Halkier B., Wilska T.-A., Truninger M. (eds.) *Routledge Handbook on Consumption*. L.; N.Y.: Routledge:189–201.

Kravets O., Sandıkcı Ö. (2013) Marketing for Socialism: Soviet Cosmetics in the 1930s. *Business History Review*, 87: 461–487.

Maas (2007) *Creating European Citizens*. Lanham: Rowman & Littlefield.

Moch L. (2003) *Moving Europeans: Migration in Western Europe since 1650*. 2nd ed. Bloomington: Indiana University Press.

Radaelli C.M. (2004) Europeanization: Solution or Problem? *European Integration online Papers (EIoP)*, 8(16) [<http://www.eiop.or.at/eiop/pdf/2004-016.pdf>] (дата обращения: 3.12.2018).

Recchi E., Favell A. (eds.) (2009). *Pioneers of European Integration: Citizenship and Mobility in the EU*. Cheltenham: Elgar.

Risse T., Cowles M.G., Caporaso J. (2001) Europeanization and Domestic Change: Introduction. In: Cowles M.G., Caporaso J., Risse T. (eds.) *Transforming Europe: Europeanization and Domestic Change*. Ithaca, N.Y.: Cornell University Press: 1–20.

Schimmelfennig F., Sedelmeier U. (2005) Introduction: Conceptualizing the Europeanization of Central and Eastern Europe. In: Schimmelfennig F., Sedelmeier U. (eds.) *The Europeanization of Central and Eastern Europe*. New York: Cornell University Press: 1–28.

Sigalas E. (2010) Cross-border Mobility and European Identity: The Effectiveness of Intergroup Contact During the ERASMUS Year Abroad. *European Union Politics*, 11(2): 241–265.

Sztompka P. (2008) The Focus on Everyday Life: A New Turn in Sociology. *European Review*, 16(1): 23–37.

Verwiebe R. (2011) Why do Europeans Migrate to Berlin? Social-Structural Differences for Italian, British, French and Polish Nationals in the Period between 1980 and 2002. *International Migration*, online publication. DOI 10.1111/j.1468-2435.2010.00663.

Источники

Россияне разлюбили Европу. Отчет Левада-Центра от 10.12.2015. [<http://www.levada.ru/2015/12/10/rossiyane-razlyubili-evropu-2/>] (дата обращения: 25.10.2019)/

Чаадаев П.Я. (1987) Статьи и письма. М.: Современник.

Официальный сайт Министерства труда и миграции Испании [<http://extranjeros.mitramiss.gob.es/es/Estadisticas/operaciones/con-certificado/index.html>] (дата обращения: 20.12.2018).

Ежегодный отчет Erasmus+ за 2017 год [<https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/4e5c3e1c-1f0b-11e9-8d04-01aa75ed71a1>] (дата обращения: 16.02.2019).

Koikkalainen S. (2011) *Free Movement in Europe: Past and Present*. Migration Information Source, April [<http://www.migrationinformation.org/Feature/display.cfm?ID=836>] (дата обращения: 13.11.2019).

Map of the week: Spaniards on holiday [<https://cafebabel.com/en/article/map-of-the-week-spaniards-on-holiday-5ae00a53f723b35a145e62be/>] (дата обращения: 24.03.2019).

Trips of EU residents by duration and destination, 2017 [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Tourism_statistics_-_characteristics_of_tourism_trips#Europeans_prefer_trips_inside_their_own_country_of_residence] (дата обращения: 25.03.2019).

Report of Spanish Media resource El Pais: English in Spain [https://elpais.com/elpais/2017/01/04/inenglish/1483542724_068710.html] (дата обращения: 25.03.2019).

Standard Eurobarometer 91. 25.06.2019 [<https://ec.europa.eu/comfrontoffice/publicopinion/index.cfm/Survey/getSurveyDetail/instruments/STANDARD/year-From/1974/yearTo/2019/surveyKy/2253>] (дата обращения: 25.10.2019).

Statistics of migration in Spain. Official web-page of Ministerio de trabajo, migraciones y seguridad social [<http://extranjeros.mitramiss.gob.es/es/Estadisticas/operaciones/con-certificado/index.html>] (дата обращения: 20.10.2018).

Strengthening European Identity through Education and Culture. The European Commission's contribution to the Leaders' meeting in Gothenburg, 17 November 2017. COM(2017) 673 final [<http://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2017/EN/COM-2017-673-F1-EN-MAIN-PART-1.PDF>] (дата обращения: 24.10.2019).

EUROPEAN WAY OF LIFE FORMATION: A CASE OF RUSSIAN YOUTH IN SPAIN

Margarita Snegur

(margarita.snegur@gmail.com)

Saint Petersburg University, Saint Petersburg, Russia

Citation: Snegur M. (2020) Strategii formirovaniya yevropeyskogo obraza zhizni molodymi rossiyanami v Spanii [European way of life formation: a case of Russian youth in Spain]. *Zhurnal sotsiologii i sotsialnoy antropologii* [The Journal of Sociology and Social Anthropology], 23(2): 166–188 (in Russian).
<https://doi.org/10.31119/jssa.2020.23.2.7>

Abstract. Globalization promotes the conflicting processes of self-identification at both state and individual levels. Is Russia Europe, the part of Eurasia or the Special Civilization? The answer to this question is given at the level of both geopolitics and a daily life. The aim of this study is to identify and analyze strategies for constructing a European identity at the level of an individual way of life and lifestyle. To be a European means to live like a Europeans. The subject of empirical research is young Russians temporarily or permanently residing in Spain. The methodological basis of the study is a turn to existential everyday life and situational analysis. Research strategy is participating

observation. The collection of empirical data was carried out using observation, in-depth interviews, secondary analysis of statistical data and normative documents, and participant observation. Within the framework of lifestyle, the construction of identity is as a set of objective opportunities and limitations of modern Spain. The space of objective opportunities is divided into levels (a) of pan-European sociocultural conditions (traditions, economic system, political, legal and administrative regulation of the European Union); (b) the conditions of the Spanish national space; (c) regional conditions; (d) local niches that open up the possibility of lifestyle free choice. Also, the construction of a European identity takes the form of a lifestyle freely chosen by an individual within the framework of objectively accessible conditions, based on personal taste preferences and worldview. As the result of empirical research, the following strategies were identified for constructing European identity through the practice of the image and style of organizing everyday life: (a) focus on the priority of the norms of the European Union; (b) Spainization; (c) Spanish regionalization; (d) Russian ghettoization in one form or another.

Keywords: Europeanisation, way of life, lifestyle, Europeanisation style, European identity, performative identity.

References

- Alaminos A. Santacreu O. (2009) Living Across Cultures in a Transnational Europe. In: Recchi E., Favell A. (eds.) *Pioneers of European Integration: Citizenship and Mobility in the EU*. Cheltenham: Elgar.
- Bade K. (2000) *Europa in Bewegung: Migration vom späten 18. Jahrhundert bis zur Gegenwart*. München: C.H. Beck.
- Bartlett D. (2006) In Russia, at last and forever: The first seven years of Russian vogue. *Fashion Theory*, 10(1–2): 175–204.
- Bauman Z. (2004) *Globalizaciya. Posledstviya dlya cheloveka i obshchestva* [Globalization. Consequences for man and society]. Moscow: Ves' mir (in Russian).
- Börzel T. (2001) Pace-Setting, Foot-Dragging and Fence-Sitting. Member State Responses to Europeanization. *Queen's Papers on Europeanisation*, 4.
- Braun M., Glöckner-Rist A. (2012) Patterns of Social Integration of Western European Migrants. *Journal of International Migration and Integration*, 13: 403–422. Doi 10.1007/s12134-011-0214-4.
- Braun M., Recchi E. (2009) Free-Moving Western Europeans: An Empirically Based Portrait. In: Fassmann H., Haller M., Lane D. (eds.) *Migration and Mobility in Europe: Trends, Patterns and Control*. Cheltenham: Elgar.
- Caldwell M. (2002) The taste of nationalism: Food politics in postsocialist Moscow. *Ethnos*, 67(3): 295–319.
- Deutsch K.W., Burrell S., Kann R., Lee M., Lichterman M., Lindgren R., Loewenheim F., van Wageningen R. (1957) *Political Community and the North Atlantic Area: International Organization in the Light of Historical Experience*. Princeton: Princeton University Press.
- Díez Medrano J. (2003) *Framing Europe: Attitudes to European Integration in Germany, Spain, and the United Kingdom*. Princeton: Princeton University Press.

Diez Medrano J. (2008) *Europeanization and the Emergence of a European Society*. Working paper 2008/12. Barcelona: IBE.

Favell A., Nebe T. (2009) Internal and External Movers: East-West Migration and the Impact of EU Enlargement. In: Recchi E., Favell A. (eds.) *Pioneers of European Integration: Citizenship and Mobility in the EU*. Cheltenham: Elgar.

Fligstein N. (2008) *Euroclash: the EU, European Identity, and the Future of Europe*. Oxford: Oxford University Press.

Goetz K., Meyer-Sahling, I.-H. (2008) The Europeanisation of national political systems: Parliaments and executives. *Living Reviews in European Governance*, 3(2) [<http://www.livingreviews.org/lreg-2008-2>] (accessed: 30.10.2018).

Goffman E. (2004) *Analiz frejmov: esse po organizaciji povsednevnogo opyta* [Frame Analysis: An Essay on Organizing Everyday Experience]. Moscow: Institut sotsiologii RAN; Institut Fonda «Obshchestvennoe mnenie» (in Russian).

Gurova O. (2006) Ideology of Consumption in the Soviet Union: From Asceticism to Legitimizing of Consumer Goods. *The Anthropology of East Europe Review*, 24(2): 91–102.

Gurova O. (2015) *Fashion and the consumer revolution in contemporary Russia*. London; New York: Routledge.

Gurova O. (2017) *Russia: Postsocialist consumer culture*. In: Keller M., Halkier B., Wilska T.-A., Truninger M. (eds.) *Routledge Handbook on Consumption*. London; New York: Routledge: 189–201.

Ilyin V.I. (2008) *Potreblenie kak diskurs* [Consumption as a discourse]. St. Petersburg: Intersocis (in Russian).

Ilyin V.I. (2011) Sovetskij konsyumerizm kak faktor sotsial'noy struktursiii obshchestva defitsita [Soviet consumerism as a factor in the social structuring of a deficit society]. *Sotsiologiya vchera, segodnya, zavtra. IV Sotsiologicheskiye chteniya pamyati Borisa Golofasta* [Sociology yesterday, today, tomorrow. IV Sociological Readings in memory of Boris Golofast]. St. Petersburg: Eidos: 95–107 (in Russian).

Ilyin V.I. (2016) Metodologicheskij povorot k ekzistencialnoy povsednevnosti [Methodological turn to existential everyday life]. *Problemy teoreticheskoy sotsiologii* [Problems of Theoretical Sociology], 11: 148–164 (in Russian).

Ilyin V.I., Choy V.I. (2017) Torgovo-razvlekatel'nye centry kak prostranstvo formirovaniya kachestva zhizni v Rossii [Shopping and entertainment centers as a space for shaping the quality of life in Russia]. *Sotsiologicheskiye issledovaniya* [Sociological Research], 4: 82–90 (in Russian).

Kara-Murza S.G. (2007) *Sovetskaya tsivilizatsiya: ot Velikoy Pobedy do krakha* [Soviet civilization: from the Great Victory to the collapse]. Kharkov; Belgorod: Knizhnyy klub semejnogo dosuga (in Russian).

Kononenko R. (2011) *Avtomobilnost v Rossii* [Automobility in Russia]. Moscow: ООО «Variant», CSPGI (in Russian).

Kravets O., Sandıkcı Ö. (2013) Marketing for Socialism: Soviet Cosmetics in the 1930s. *Business History Review*, 87: 461–487.

Leleko V.D. (2002) *Prostranstvo povsednevnosti v evropejskoj kul'ture* [The space of everyday life in European culture]. St. Petersburg: St. Petersburg State University of Culture and Arts (in Russian).

Maas (2007) *Creating European Citizens*. Lanham: Rowman & Littlefield.

Medvedev S.A. (2008) Diskursy otchuzhdeniya: «suverenitet» i «evropeizaciya» v otnosheniyakh Rossii i ES [Discourses of alienation: “sovereignty” and “Europeanization” in relations between Russia and the EU]. *Mirovaya ekonomika i mezhdunarodnye otnosheniya* [World Economy and International Relations], 12: 23–33 (in Russian).

Moch L. (2003) *Moving Europeans: Migration in Western Europe since 1650*. 2nd ed. Bloomington: Indiana University Press.

Radaelli C.M. (2004) Europeanization: Solution or Problem? *European Integration online Papers (EIoP)*, 8(16) [<http://www.eiop.or.at/eiop/pdf/2004-016.pdf>] (accessed: 3.12.2018).

Radaev V.V. (2007) *Zakhvat rossiyskikh territoriy: novaya konkurentnaya situatsiya v roznichnoy torgovle* [Capturing Russian territories: a new competitive situation in retail]. Moscow: Izdatel'skij dom GU VSHE (in Russian).

Recchi E., Favell A. (eds.) (2009). *Pioneers of European Integration: Citizenship and Mobility in the EU*. Cheltenham: Elgar.

Risse T., Cowles M.G., Caporaso J. (2001) Europeanization and Domestic Change: Introduction. In: Cowles M.G., Caporaso J., Risse T. (eds.) *Transforming Europe: Europeanization and Domestic Change*. Ithaca, N.Y.: Cornell University Press: 1–20.

Schimmelfennig F., Sedelmeier U. (2005) Introduction: Conceptualizing the Europeanization of Central and Eastern Europe. In: Schimmelfennig F., Sedelmeier U. (eds.) *The Europeanization of Central and Eastern Europe*. New York: Cornell University Press: 1–28.

Sergeeva O.V. (2009) *Domashnij televizor: ekrannaya kul'tura v prostranstve povsednevnosti* [Home TV: Screen Culture in the Space of Everyday Life]. St. Petersburg: Izdatel'stvo Sankt-Peterburgskogo universiteta (in Russian).

Shulga M.A. (2015) Evropeizatsiya: nekotorye osobennosti odnogo kontsepta [Europeanization: some features of one concept]. *Vek globalizatsii* [The Age of Globalization], 1: 88–95 (in Russian).

Sigalas E. (2010) Cross-border Mobility and European Identity: The Effectiveness of Intergroup Contact During the ERASMUS Year Abroad. *European Union Politics*, 11(2): 241–265.

Sotsiologiya potrebleniya [Sociology of Consumption] (2017) Uchebnik dlya akademicheskogo bakalavriata. 2-e izd., ispr. i dop. Moscow: Yurayt (in Russian).

Sztompka P. (2008) The Focus on Everyday Life: A New Turn in Sociology. *European Review*, 16(1): 23–37.

Talina G.V. (2014) Evropeizatsiya Moskovskoj Rusi [Europeanization of Moscow Russia]. *Istoricheskoe obrazovanie* [History Education], 1: 135–59 (in Russian).

Thomas W.I., Znaniecki F. (1994) Metodologicheskie zametki [Methodological notes]. In: *Amerikanskaya sociologicheskaya mysl* [American Sociological Thought]. Moscow: Izd-vo MGU (in Russian).

Verwiebe R. (2011) Why do Europeans Migrate to Berlin? Social-Structural Differences for Italian, British, French and Polish Nationals in the Period Between 1980 and 2002. *International Migration*, online publication. Doi 10.1111/j.1468-2435.2010.00663.

Voslenskiy M.S. (1991) *Nomenklatura. Gospodstvuyushchij klass Sovetskogo Soyuz*a [Nomenclature. The dominant class of the Soviet Union]. Moscow: Sovetskaya Rossiya, МР «Oktyabr» (in Russian).

Yurchak A. (2016) *Eto bylo navsegda, poka ne konchilos': poslednee sovetskoe pokolenie* [It was forever until it ended: the last Soviet generation]. 2nd ed. Moscow: Novoe literaturnoe obozrenie (in Russian).