

Социальная роль русского бизнеса в Прибалтике (на примере Латвийской Республики)

Отчет о качественном социологическом исследовании

Москва - 2009

Содержание

СВЕДЕНИЯ ОБ ИССЛЕДОВАНИИ	3
АКТУАЛЬНОСТЬ ИССЛЕДОВАНИЯ.....	4
ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ	5
ПОЗИЦИЯ БИЗНЕСА	9
Социальная роль русского бизнеса в Латвии.....	9
Основные задачи, которые решает русский бизнес, участвуя в реализации социальных программ	10
Наиболее типичные социальные проекты, реализуемые русским бизнесом.....	12
Основные проблемы, с которыми сталкиваются предпринимателями при решении социальных задач.....	13
Роль европейских и российских структур в поддержке социальных проектов русского бизнеса.....	14
Формы объединения русского бизнеса в Латвии.....	16
Перспективы развития русского бизнеса в Латвии, основные ориентиры, проблемы.....	17
Место и роль русского бизнеса в русской общине (основные функции, задачи, достижения).....	19
Влияние кризиса на развитие социальных программ и деятельность русской общины.....	21
ПОЗИЦИЯ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА.....	23
Русская община Латвии: проблема определения.....	23
Современное состояние русской общины.....	24
Возможность участия в жизни государства.....	25
Основные потребности русскоязычной общины.....	26
Бизнес и община: проблема идентификации.....	27
Участие бизнеса в жизни общины.....	28
Социальная активность бизнеса в настоящее время.....	29
Привлекательность социальных проектов.....	30
ПРИЛОЖЕНИЕ 1.....	31
ПРИЛОЖЕНИЕ 2.....	35

Сведения об исследовании

В ноябре 2009 г. в рамках выполнения гранта фонда «Русский мир» Центр политических технологий провел на территории Латвии качественное социологическое исследование на тему: «Социальная роль русского бизнеса в Прибалтике (на примере Латвийской Республики)».

Основные задачи исследования:

- выявление основных характеристик русскоязычного бизнеса в Латвии, определение степени его социальной активности и участия в деятельности русской общины (как в настоящее время, так и в перспективе);
- выработка конкретных рекомендаций, направленных на развитие партнерства между русскоязычным бизнесом в Латвии и российскими организациями гражданского общества;
- информирование общественности о результатах работы, что должно привести к повышению ее интереса к данной проблематике.

Исследование проводилось методом экспертных интервью. Всего было проведено 52 интервью в городах: Рига, Юрмала, Даугавпилс.

Состав экспертов представлен в следующей таблице:

	Рига	Юрмала	Даугавпилс	Итого
Общественники	11	1	3	15
Депутаты	3	2	2	7
СМИ	2		1	3
Церковь			2	2
Бизнес	15	3	7	25
Итого	31	6	15	52

Респондентов просили охарактеризовать нынешнее состояние русской общины Латвии, выделить ее приоритеты в различных сферах, обозначить наиболее актуальные для общины социальные проекты, оценить степень участия русскоязычного бизнеса в жизни русской общины, а также проанализировать возможности повышения степени его социальной активности.

Список опрошенных экспертов и предложенные им вопросы приведены в Приложении 1 и Приложении 2 соответственно.

В тексте отчета прямые цитаты выделены *курсивом*.

Актуальность исследования

До настоящего времени на территории Латвийской республики не проводилось масштабных исследований предпринимательской культуры.

Актуальность проведенного социологического исследования очевидна. В Латвии социальная роль бизнеса (как русскоязычного, так и бизнеса в целом), т.е. социология предпринимательства – малоизученная область в силу трудности получения эмпирических данных. Данные, касающиеся деятельности предпринимателей, обычно носят закрытый характер.

В данном исследовании мы собрали мнения представителей крупного и среднего бизнеса, представителей общественных и религиозных организаций, политических партий и экспертов, так или иначе имеющих отношение к реализации русских социальных проектов в Латвии. Настоящее исследование было направлено на анализ социальной роли русского (русскоязычного) бизнеса в современной Латвии и определение степени социальной активности представителей предпринимательской среды, уровень их заинтересованности в реализации проектов, значимых для русской общины Латвии (в таких сферах как благотворительность, образование, культура, религия). Исследование также было призвано выяснить мотивацию предпринимателей, участвующих в таких проектах, степень их идентичности с общиной, а также причины, по которым бизнесмены не представляют для себя возможным участие в значимых для русской культуры проектах.

Таким образом, представляется очень важным систематическое проведение подобных исследований, в том числе в других странах Прибалтики: Литве и Эстонии. Полученные данные смогут существенно дополнить полученные результаты настоящего исследования, в частности, выделить общие и особенные черты социальной роли русского (русскоязычного) бизнеса в различных прибалтийских государствах.

Выводы и рекомендации

Проблема социальной роли русского бизнеса в Латвии имеет как общие, так и особенные черты по сравнению с аналогичной ситуацией в других странах (в частности, России).

Общим является «самосознание» бизнеса, для которого безусловным приоритетом является собственное дело, достижение успеха в избранной сфере, основанное на рациональном подходе. Многочисленные труды специалистов подтверждают эту точку зрения – достаточно вспомнить классические работы начала прошлого века. По словам Макса Вебера, «дух капитализма» включает не только рациональную производственную этику, но и рациональный строй жизненного поведения в целом. Главная и сущностная характеристика «духа капитализма» – это стремление к рациональному ведению хозяйства и рентабельности. По мнению Вернера Зомбарта, эффективность предпринимателя оценивается по его успеху, а сам «предприниматель, если он хочет иметь успех, должен осуществлять весьма различные функции, а именно: завоевателя, организатора, торговца». Таким образом, социальная функция является для него относительно второстепенной, даже если он придает ей определенное значение. Опрошенные представители бизнес-элиты, четко разграничивают понятия бизнеса как деятельности, имеющей целью получение прибыли и социально-ориентированной деятельности, имеющей целью развитие на личном или общественном уровне.

Еще одна общая черта – стремление бизнеса самому определять цели, направления и методы своей социальной деятельности и, как правило, достаточно высокая степень оценки своего вклада в такую деятельность (разумеется, в том случае, если предприниматель ею занимается). Типичным для бизнеса в связи с этим является такая мотивация социальной ответственности, как осознание своей ответственности за развитие той территории, на которой проживает бизнесмен и осуществляет свою основную деятельность. При этом участие в реализации социально значимых проектов становится в современном мире признаком цивилизованности бизнеса, соответствия его высоким стандартам. Неудивительно, что лишь незначительная часть опрошенных отмечает бессмысленность участия бизнеса в социальных программах, при этом, однако, указывая на свое фактическое участие в таковых. Эксперты отмечают, что выполнение бизнесом социальных задач во многом обусловлено как внешними (неблагоприятная обстановка в стране, востребованность такой деятельности), так и внутренними причинами (наличие соответствующего мировоззрения у самого бизнесмена, руководителя, наличие ресурсов для оказания социальной помощи или ведения социальных проектов).

В то же время особенностью социальной деятельности русского бизнеса в Латвии является ее проведение в стране, где русскоязычное население является меньшинством. Более того, это меньшинство испытывает серьезные проблемы, связанные со взаимоотношениями с властями, с самоидентификацией, внутренне фрагментировано. В связи с этим бизнес, реализуя социальные задачи, мотивирует их не только обычными для диаспоры причинами – такими как необходимость в идентификации себя с русской культурой, историей, традициями, значимость поддержания благоприятного социального климата в этнически неоднородном коллективе собственной компании или в среде клиентов. Речь идет и о важности поддержки русскоязычного населения с учетом свертывания образовательных программ для этой части общества и государственной политики, направленной на сокращение использования русского языка, и о необходимости поддержки русской культуры и православия в условиях жесткого курса латвийского правительства в отношении русскоязычных. Таким образом, социальная

деятельность бизнеса является фактором, объективно препятствующим сокращению русского культурного присутствия в стране.

В то же время бизнес склонен минимизировать политические риски, связанные с собственной социальной деятельностью. Он стремится максимально адаптироваться к условиям деятельности в Латвии, демонстрирует высокую степень лояльности государству при стремлении сохранить русскую идентичность. Это может быть одной из причин того, что сугубо политические проекты поддерживаются бизнесом редко (другой причиной может являться разочарование в эффективности ряда этих проектов). Если мероприятие или проект русской общины, которому требуется помощь, хоть в малейшей степени носит политический оттенок, бизнесмены, как правило, отказывают в помощи. В качестве приоритетных бизнес видит социальные проекты, лишённые непосредственного политического характера – образовательные, культурные, религиозные, молодежные, благотворительные. Однако в условиях, когда латвийское государство проводит ограничительную политику в отношении русскоязычного населения, а значительная часть элиты выступает с этнократических позиций, даже такие многие неполитические проекты опосредованно имеют политическую составляющую, так как способствуют сохранению «русской альтернативы» на территории Латвии.

Представители бизнеса в качестве серьезных проблем отмечают отсутствие консолидации в бизнес-сообществе и в русскоязычной среде в целом, преобладание индивидуалистически-потребительской модели сознания, низкий уровень институционализации этих процессов, слабую роль общественных организаций. Все это способствует развитию личной благотворительности, а не системного меценатства. Еще одной проблемой является недостаток средств для ведения социальной деятельности у малого и среднего бизнеса, что заставляет его ограничиваться локальными проектами. При этом, по мнению представителей общественности, именно этот вид бизнеса наиболее активно занимается социальными начинаниями, так как он больше встроен в структуру отношений внутри общины. Кроме того, в таких компаниях у общественности есть возможность коммуникации напрямую с владельцем, а процесс принятия решений менее формализован.

В то же время, с точки зрения опрошенных экспертов, сам термин «русская община Латвии» весьма условен. И единой консолидированной русской общины на сегодняшний день в Латвии не существует. Есть некая абстрактная общность людей единого этнического происхождения, условно объединенная русским языком и культурными традициями, которая находится в состоянии крайней разобщенности и раздробленности. Представители организаций, входящих в эту общность, нередко обращают к бизнесу за содействием, но часто получают отказ. В результате следуют взаимные обвинения. Предприниматели упрекают общественников в неспособности предложить привлекательные для спонсорства проекты, в неумении составить бизнес-план. Те, в свою очередь, утверждают, что бизнесмены лишены альтруизма и думают лишь о выгоде.

Полярные точки зрения присутствуют и в таком вопросе, как влияние экономического кризиса на социальную деятельность бизнеса. Несмотря на отмечаемое почти всеми экспертами снижение доходов от бизнеса, подавляющее большинство опрошенных предпринимателей заявили о сохранении финансирования социальных программ, проектов в прежнем и даже большем объеме. Большая часть опрошенных готова сохранить поддержку таких приоритетных направлений как помощь малоимущим, ветеранам войны, православной церкви и культурным мероприятиям. В то же время, по мнению представителей общественности, если до экономического кризиса бизнес в небольшой степени оказывал помощь и принимал участие в жизни русской общины, то

сейчас эта помощь снизилась практически до нуля. Более того, у бизнесменов появилась дополнительная аргументация для отказа в предоставлении помощи. Такие полярные оценки неудивительны. Если бизнес готов сохранить поддержку ряда приоритетных для него социальных проектов, то тем более он не готов содействовать реализации тех начинаний, которые считают важными для себя разрозненные представители общины.

Для налаживания эффективного взаимодействия между бизнесом и общиной оба участника этого процесса должны претерпеть изменения, стать более совместимыми друг с другом. Вопрос в том, кто должен инициировать эти изменения. Представляется, что бизнес, с учетом его природы и менее высокой степени мотивации для участия в социальных проектах, таким актором быть не может. Следовательно, процесс изменений должен начаться с общины, которая в значительно большей степени нуждается в поддержке со стороны бизнеса.

В первую очередь, для русской общины важна самоорганизация. Необходимо объединение – прежде всего, снизу – ее жизнеспособных сил, превращение виртуальной общины в реальную, эффективно действующую, с более высоким уровнем сплоченности и внутреннего взаимодействия. Именно такая община может пользоваться высоким авторитетом в обществе, и помощь ее социальным, культурным и иным начинаниям может носить престижный характер. Кроме того, сама община может проводить «внутреннюю экспертизу» проектов и представлять бизнесу свои обоснованные рекомендации. При этом такое объединение не должно носить политического характера с учетом различных предпочтений внутри самой общины (в частности, наличия двух русских политических объединений), призванной объединять людей, а не разъединять их. Разумеется, в нынешней ситуации такая община не будет включать в себя все русскоязычные организации гражданского общества, но это и не обязательно – главное, чтобы было создано дееспособное «здоровое» ядро, которое может стать центром притяжения для других общественных сил.

Кроме того, представителям гражданского общества уже сейчас необходимо активнее работать над тем, чтобы мотивировать бизнес, заинтересовать предпринимателей в участии в жизни общины. Общественнику нужно уметь грамотно преподнести проект, сделать бизнес-план, продемонстрировать имиджевую привлекательность проекта на территории Латвии или даже за ее пределами, подчеркнуть необходимость и полезность идеи. Социальный маркетинг – одно из последних веяний современной среды – должен учитывать среду, в которой зарабатываются деньги. Бизнесмены могут получить более серьезную отдачу от определенной категории проектов. В этом случае важна гласность и информационная открытость социальных проектов.

Россия могла бы оказать поддержку в активизации взаимодействия между бизнесом и общиной. Такая поддержка должна носить тактичный характер, уважительный по отношению к суверенитету Латвии, к членам русской общины, в отношении которых следует избегать неоправданного фаворитизма. Необходимо повысить роль Посольства России в Латвии, которая сейчас представляется респондентам недостаточной. Участники исследования считают, что социальные проекты могли бы получить дополнительную привлекательность для бизнесменов, если бы имели софинансирование со стороны российских организаций (как коммерческих, так и институтов гражданского общества).

Необходима продуманная система комплексных мер, направленных на активизацию участия России в процессе поддержки деятельности русской общины в Латвии. Важно более активное использование ресурса православной церкви, а также культурно-просветительских и благотворительных фондов при условии их эффективного

администрирования, прозрачной схемы предоставления грантов, вовлечения в их деятельность авторитетных представителей бизнес-среды. Формирование института регионов-побратимов, способных организовать активные двусторонние связи между бизнесом и институтами гражданского общества в обеих странах. Расширение поля образовательных контактов русскоязычных учащихся в Латвии (обмен учащимися в целях освоения ими русской среды, создание специализированных общеобразовательных программ на основе российских образовательных стандартов в целях обеспечения возможности поступления в российские вузы абитуриентов из Латвии и др.). Реализация образовательных программ по обучению и повышению квалификации учителей русского языка, работающих в Латвии.

Позиция бизнеса

Социальная роль русского бизнеса в Латвии

Опрошенные представители бизнес-элиты, четко разграничивают понятия бизнеса как деятельности, имеющей целью получение прибыли и социально-ориентированной деятельности, имеющей целью развитие на личностном или общественном уровне. Эксперты отмечают, что выполнение бизнесом социальных задач во многом обусловлено как внешними (неблагоприятная обстановка в стране, востребованность такой деятельности), так и внутренними причинами (наличие соответствующего мировоззрения у самого бизнесмена, руководителя, наличие ресурсов для оказания социальной помощи или ведения социальных проектов).

Лишь незначительная часть опрошенных отмечает бессмысленность участия бизнеса в социальных программах, при этом, однако, указывая на свое фактическое участие в таковых.

Постановка и реализация социальных задач в русскоязычной бизнес-среде связана со следующими моментами:

- потребность в идентификации себя с русской культурой, историей, традициями;
- осознание своей ответственности за развитие той территории, на которой проживают бизнесмен и осуществляет свою основную деятельность;
- необходимость поддержки русскоязычного населения в условиях свертывания образовательных программ этого профиля и государственной политики, направленной на сокращение использования русского языка;
- необходимость поддержания благоприятного социального климата в этнически неоднородном коллективе собственной компании или в среде клиентов, обусловленные направлением коммерческой деятельности (русская поликлиника, академия). При этом эксперты отмечают необходимость создания не этнически окрашенной, а толерантной атмосферы.

В качестве **основных приоритетных направлений** социальной деятельности русскоязычного бизнеса в Латвии опрошенные указали следующие:

- оказание разносторонней помощи в строительстве или возрождении православных храмов, монастырей (реже – сооружений, принадлежащих иным конфессиям);
- оказание помощи русским школам (ремонт, учебники пр.);
- издательские проекты и проекты, связанные с изучением и возрождением русского языка на территории Латвии;
- социальная поддержка работников собственной компании;
- оказание помощи детским домам, специализированным ДДУ и иные формы работы с нуждающимися детьми (страхование сирот к совершеннолетию);
- создание фондов поддержки русской культуры (театральное искусство, Театр русской драмы, «Золотая маска», проведение выставок изобразительного искусства, мероприятий, посвященных юбилеям русских поэтов, писателей и пр.);
- оказание систематической поддержки ветеранам ВОВ, организация празднования 9 мая, облагораживание и реставрация захоронений русских воинов;

- оказание помощи многодетным семьям;
- оказание помощи широким категориям малоимущих (бесплатное питание, сбор одежды);
- поддержка проектов, связанных с организацией досуга молодежи (КВН, спорт, познавательные поездки в Россию, лагеря отдыха);
- информационная поддержка мероприятий, связанных с пропагандой русских культурных ценностей либо сопровождение работы фондов, организующих такие мероприятия;
- юридическая и лицензионная поддержка деятельности общественных организаций, реализующих проекты возрождения русской культуры или патриотического воспитания;
- обеспечение доступности качественного медицинского обслуживания для широких слоев населения.

В единичных случаях в качестве направления была названа политическая деятельность, в т.ч. поддержка политических партий пророссийской ориентации («За ПЧЕЛ» Рига, Даугавпилс), работа с общественными организациями и органами МСУ.

Выбор этих приоритетных направлений объясняется опрошенным следующими причинами:

- специфика полученного представителями бизнеса воспитания, основанного на гуманистических ценностях;
- малозатратность этих направлений, что позволяет малому и среднему бизнесу осуществлять такую поддержку регулярно и в достаточном объеме;
- необходимость поддержки русской культуры и православия в условиях жесткой политики латвийского правительства в отношении русскоязычных;
- возможность реализовать собственные патриотические чувства вдали от Родины;
- отсутствие консолидации в бизнес-сообществе и в русскоязычной среде в целом, преобладание индивидуалистически-потребительской модели сознания, низкий уровень институционализации этих процессов, слабая роль общественных организаций, что способствует развитию личной благотворительности, а не системного меценатства.

Основные задачи, которые решает русский бизнес, участвуя в реализации социальных программ

В качестве мотивации участия русскоязычного бизнеса в социальных проектах по решению проблем русских в Латвии респондентами были названы следующие моменты:

- наличие немногочисленных **референтных персон, пользующихся абсолютным доверием и уважением со стороны бизнес-среды.**

В основном, в качестве таковых выступают православные священники (Амвросий (Илуксте), Феофан (Елгава), Владимир (Юрмала), которые демонстрируют как высокие духовные качества, так и личное бескорыстие, умение эффективно распределять ресурсы и помогать нуждающимся в решении социально-значимых проблем, а также обладают навыками грамотных хозяйственников и соответствующим образом сумели организовать работу церковной общины или причта.

- **национальный патриотизм** бизнесмена, находящий выражение как в желании сделать что-либо для поддержания русской культуры, так и в осознании потенциального противодействия проявлениям этой культуры со стороны власти (*«если на русском языке что-то закроется – потом уже не откроется»*).

- **духовные ориентиры**, заложенные еще советским воспитанием в духе коллективизма, взаимопомощи, социальной справедливости; специфический русский менталитет, предполагающий обязательную помощь нуждающимся;
- **потребность в созидании и деятельности** для «питания души»;
- **личные качества бизнесмена** (отзывчивость, эмпатия);
- **личный интерес бизнесмена к конкретному виду деятельности** (спорт, театр, поэзия, живопись и пр.), его заинтересованность в общении с людьми этой среды и удовлетворение от осознания им востребованности таких акций и проектов;
- **стремление противостоять**, бросить вызов политике властей, направленной на искоренение русской культуры, языка; позиционирование русской общины как оппозиции власти, демонстрация ее влиятельности в обществе;
- **стремление оградить молодежь от криминализации и удержать ее в стране**, создавая таким образом комфортную среду обитания для себя и кадры для развития своего бизнеса в будущем;
- **стремление создать пример для подражания в бизнес-среде**, или личное следование примеру других бизнесменов, друзей, близких;
- **неудовлетворенность качеством продуктов массовой культуры**, предлагаемыми сегодня в стране и осознаваемая потребность в распространении более качественных культурных образцов, в том числе и среди молодого латышского населения, что особо актуально сегодня, в период смягчения стереотипов массового сознания в отношении России после 20-летнего противостояния; формирование нового образа России как интеллектуальной державы и носителя элитарной культуры (*«лицо ...России не просто дикаря с дубиной, а лицо страны с величайшей дальнейшей культурой»*, *«...чтобы то лучшее, что есть в России, могло быть доступно у меня здесь в Латвии»*).

Реализации таких проектов препятствуют:

- крайне низкий уровень институционализации таких проектов. Лишь в единичных случаях они осуществляются через политические партии, общественные организации (Русский Дом (Даугавпилс), общество блокадников, ветеранские организации);
- малочисленность социальных программ и проектов, что во многом обусловлено спецификой латышской культуры и политики;
- разобщенность и социальное расслоение среди русскоязычного населения;
- специфика русского характера (пассивность, неорганизованность).

Следует отметить, что **русскоязычными бизнесменами в основном реализуются социальные проекты, направленные на помощь нуждающимся без разделения их по национальному признаку** (дети, малоимущие, сотрудники собственных смешанных коллективов).

Но небольшая **часть проектов, особенно связанных с поддержкой школ, культурных мероприятий осуществляется селективно** – лишь для русскоязычных, что связано с обострением этнической напряженности в 90-е гг., а также наличием официальной поддержки «не русскоязычных» проектов со стороны латвийских властей.

Наиболее типичные социальные проекты, реализуемые русским бизнесом

Доминирующими и типичными социальными проектами, реализуемыми русскоязычным бизнесом в Латвии, являются проекты в сфере:

- поддержки православной церкви (как современной, так и старообрядческой);
- поддержки малоимущих слоев населения (дети, пожилые люди, многодетные семьи и пр.);
- поддержки ветеранов Великой Отечественной войны и организация мероприятий, посвященных памяти войны и освещению роли России в Победе;
- поддержки мероприятий, направленных на сохранение и развитие русской культуры и искусства.

В эти проекты вовлечена значительная доля русскоязычных бизнесменов, для которых социальное участие является типичной формой поведения, особенно представители старшего и среднего возраста. Однако, опрошенные затрудняются привести конкретные примеры массового участия представителей бизнеса в таких акциях и программах, что объясняется ими 3 причинами:

- отсутствием практик целенаправленного информирования общественности о проведенных мероприятиях («личное дело каждого»);
- отсутствием развитой практики осуществления социальных проектов в стране, что во многом связано с латвийским индивидуалистическим менталитетом;
- последствиями разобщенности русского населения, спровоцированной событиями 90-х гг.

При этом в общем объеме проведенных мероприятий преобладают одноразовые акции (сбор средств, помощь детям), что связано с ограниченностью материальных и иных ресурсов русского бизнеса, но имеют место и долгосрочные социальные программы, существующие уже 5-15 лет (поддержка театрального искусства, празднования Дня Победы).

Доминирующими формами помощи выступают:

- финансовая поддержка проекта, осуществляемая как индивидуально, так и (реже) через объединения предпринимателей;
- материальная поддержка в неденежной форме (бесплатное предоставление продукции, услуг);
- юридическая помощь при реализации проекта;
- лицензионная поддержка (например, при реализации русских образовательных программ);
- медийное сопровождение проектов (выставок, культурных мероприятий и пр.);
- кадровая и образовательная поддержка (лекции известных ученых, организация обучения учителей русского языка);
- институциональная поддержка (выявление групп, лиц, объектов, нуждающихся в поддержке через такие структуры как бизнес-клубы, российское посольство и пр.; создание новых целевых структур, например, Общества гарантов театра русской драмы).

В единичных случаях приводились примеры политической поддержки как проектов, так и организаций, осуществляющих проекты (Даугавпилс), однако, опрошенными отмечалось, что эта форма поддержки может стать потенциально опасной

для дальнейшего ведения бизнеса, поскольку дает власти возможность воздействовать на бизнесмена и ущемлять его права в дальнейшем, в силу чего эти формы поддержки не находят в бизнес-среде широкого распространения.

Основные проблемы, с которыми сталкиваются предприниматели при решении социальных задач

Подавляющее большинство опрошенных отмечает отсутствие каких-либо препятствий со стороны властей в реализации ими социальных проектов; даже если такие случаи имели место в 90-е гг, то сегодня они фактически не встречаются на практике. Пристальное внимание к такому бизнесу и систематические проверки его властью воспринимаются опрошенными как адекватная реакция и превентивная мера.

Таким образом, можно констатировать, что работают практически все формы социальной поддержки, практикуемые в русскоязычной бизнес-среде, действия властей им не препятствуют.

Такая ситуация связывается опрошенными с двумя причинами:

1. определенностью правового поля Латвии в отношении собственности и, как следствие, признания властью правомерности распоряжения бизнесом своей собственностью или капиталом, в частности, если поддержка социальных проектов осуществляется путем пожертвований физических, а не юридических лиц.

- ... здесь никогда не может возникнуть проблем, если ты, как физическое лицо берешь свои доходы, т.е. это твои деньги и ты ими можешь распоряжаться как угодно – можешь строить дома, можешь покупать машину, можешь помогать церковь или помогать кому-то другому...

2. спецификой менталитета латышей, которым свойственно стремление к сохранению древней истории и религии, независимо от того, латышская она или русская.

Лишь в единичном случае было указано, что власти косвенно препятствуют консолидации русскоязычного бизнес-сообщества и русскоязычного населения в целом в силу многочисленности такого населения и возникновения в связи с этим опасений имперских настроений среди этой группы населения.

Тем не менее, опрошенные указывают на ряд трудностей и проблем, возникающих у них при реализации социальных задач напрямую или косвенно; в основном это препятствия развитию бизнеса, в силу чего сокращаются ресурсы бизнеса, которые могли бы потенциально быть направлены на решение социальных задач.

Проблемы, связанные с развитием бизнеса и косвенно влияющие на активность участия в социальных проектах, сводятся к следующим:

- проблемы, связанные с владением латышским языком: использование иного языка ведет к штрафам, ставит бизнесменов перед необходимостью отказа в приеме на работу неподготовленных в языковом отношении специалистов и пр.;

- проблемы, связанные с отсутствием организационной помощи в условиях бюрократии и коррумпированной системы управления в стране;

- проблемы, связанные с дефектами латвийского законодательства, препятствующего развитию бизнеса;

- проблемы, связанные с разделением сфер влияния между латышами и русскоговорящим населением: латыши преимущественно заняты в госструктурах или бизнесе, работающем на госзаказах, в то время как русскоговорящие сконцентрированы в сфере реального

предпринимательства. Результатом такого разделения является ряд ограничений последних в правах землепользования и сужение их активности в сфере госзаказов, что ограничивает возможности развития и расширения бизнеса;

Проблемы, непосредственно связанные с реализацией социальных проектов, сводятся к следующим:

- проблемы, связанные с дезориентацией бизнесмена в поле социальных проблем («не знает, во что вкладывать»);
- проблемы, связанные с непредсказуемостью вложений в социальные проекты (отсутствие ожидаемой прибыли: наработки культурного, имиджевого капитала и пр.).

При этом в отдельных случаях эксперты отмечали **потенциальную опасность** участия в таких проектах, особенно для тех случаев, когда бизнесмен, осуществляющий поддержку русских социальных проектов, занимается политической деятельностью («через проект можно тебя маргинализировать», «многие не идут в политику, в активную политику, чтобы не получить проблемы в бизнесе потом»).

Роль европейских и российских структур в поддержке социальных проектов русского бизнеса

Эффективность русскоязычного бизнеса в сфере реализации социальных проектов оценивается опрошенными как средняя; она ограничивается лишь масштабностью и объемом социальных проблем, имеющихся в стране (полное падение реального сектора экономики, низкий уровень жизни населения, большое число малообеспеченных граждан), что должно стать предметом внимания не бизнеса, а государства в целом.

Приоритетным субъектом поддержки русскоязычного бизнеса в реализации социальных проектов опрошенные видят Россию, не отрицая при этом возможности косвенной поддержки со стороны европейских структур и латвийских властей.

Опрошенными названы следующие формы поддержки, ожидаемыми ими от каждого субъекта.

От России:

Направления поддержки:

- создание режима наибольшего благоприятствования Латвии в создании общего рынка, совместных предприятий с участием российского капитала и рабочими местами для русскоязычного населения на территории Латвии, инвестиций, использования латвийских территорий как буферной зоны для безбарьерного сотрудничества и торговли с европейскими партнерами;
- изменение политического курса в отношении Латвии и налаживание политических контактов между странами на новой основе;
- налаживание контактов и организация встреч бизнеса с представителями российских государственных структур, курирующих отрасли экономики, интересующие русскоязычный бизнес в Латвии;
- поддержка мероприятий по популяризации русской культуры и языка на территории Латвии;
- сотрудничество в сфере развития православных традиций на территории Латвии;

- оказание неотложной квалифицированной медицинской помощи остро нуждающимся ей соотечественникам на территории РФ;
- реализация образовательных программ по обучению и повышению квалификации учителей русского языка, работающих в Латвии;
- расширение поля образовательных контактов русскоязычных учащихся в Латвии (обмен учащимися в целях освоения ими русской среды, создание специализированных общеобразовательных программ на основе российских образовательных стандартов в целях обеспечения возможности поступления в российские вузы абитуриентов из Латвии, в т.ч. организация воскресных, церковных школ на бесплатной основе);
- активизация контактов с общественными организациями в РФ по различным вопросам;
- информационная поддержка и освещение событий в РФ;
- создание благоприятного визового режима для персон или организаций, занимающихся поддержкой русской культуры за рубежом, а также для российских туристов, посещающих Латвию;
- установление унифицированных «правил игры» в экономическом пространстве Латвия-Евросоюз-Россия, ликвидация барьеров, связанных с партократизацией социальных связей как основы развития бизнеса, ориентация на правовые нормы как основу разрешения экономических споров.

Для работы в этих направлениях респонденты предполагают использовать следующие институции:

- российское посольство. Эксперты отмечают, что, хотя в рамках правовых норм посольство выполняет функции, способствующие поддержке социальной деятельности русскоязычного бизнеса, но, с одной стороны, с приходом нового посла А.Вешнякова эта деятельность приобрела формальный характер, с другой стороны, оно работает лишь с «избранной» частью русскоязычного бизнес-сообщества, что не способствует эффективности его работы;
- регионы-побратимы, способные организовать активные двусторонние связи между бизнесом и институтами гражданского общества в обеих странах;
- православная церковь как объединяющая сила в духовной, образовательной и иных сферах;
- культурно-просветительские и благотворительные фонды (в том числе «Русский мир») при условии их эффективного администрирования, прозрачной схемы предоставления грантов, вовлечения в их деятельность авторитетных представителей бизнес-среды.

Необходимыми условиями реализации этих направлений является четкое целеполагание такой деятельности, ее планирование, а также наличие авторитетных лидеров из бизнес-среды.

Лишь в единичном случае было отмечено, что помощь со стороны России на постсоветском пространстве в силу исторической памяти будет восприниматься негативно и потому нежелательна.

От Евросоюза

На сегодняшний день опрошенные говорят о возможности финансовой поддержки развития бизнеса со стороны европейских структур: осуществление на эти средства программ поддержки малого бизнеса, образовательных программ для бизнеса, привлечение бизнеса к освоению европейских средств дает возможность расширить участие бизнеса в социальных проектах.

Также в качестве направления поддержки рассматривается возможность установления более лояльного отношения Европы к России на политическом уровне, что позволило бы латвийскому правительству скорректировать свой политический курс в отношении России в сторону развития сотрудничества, что существенно расширило бы возможности как коммерческого, так и социально-культурного сотрудничества.

От Латвии

Опрошенные ожидают от латвийских властей мер по поддержанию достойного уровня жизни малообеспеченных слоев (пенсионеров, молодых матерей), введению налоговых льгот на благотворительность, обеспечению прозрачности и стабильности политического и экономического курса, что дало бы толчок развитию бизнеса в стране, а также политического сближения с Россией.

Кроме того, респондентами рассматривается возможность оказания поддержки русскоязычному бизнесу со стороны международных организаций. Следует отметить, что международные фонды являются для многих опрошенных весьма высоко оцениваемой ими формой сотрудничества.

Также в единичном случае было высказано альтернативное мнение о том, что суть бизнеса не предполагает оказания ему помощи кем-либо: бизнес самодостаточен и сам должен оказывать поддержку более слабым, в противном случае он теряет право называться бизнесом и уподобляется многочисленным маловлиятельным русским общинам в Латвии.

Формы объединения русского бизнеса в Латвии

В ходе исследования экспертами в качестве наиболее влиятельных объединений русского бизнеса были названы следующие:

- Рижский бизнес-клуб
- Ассоциация деловых женщин

а также оказывающее поддержку организации такого рода объединений российское консульство.

Практически все эксперты отметили, что **в указанных объединениях полностью отсутствует селекция членов по этническому признаку**: в них входят бизнесмены самых разных национальностей, что соответствует современным тенденциям глобализации и этнической ассимиляции, однако, языком общения для них является русский. Также отсутствует и выраженная этническая селекция при выборе объектов для оказания помощи со стороны таких объединений: помощь оказывается представителям любых этнических групп, однако, приоритет отдается русским в силу объективных обстоятельств (именно среди русскоязычных чаще встречаются нуждающиеся лица, кроме того, русская культура и ее объекты не получают помощи от официальных латвийских структур, ориентированных на помощь латышам либо латышским культурным объектам).

Основными направлениями деятельности таких объединений являются:

- создание среды общения бизнесменов между собой и с официальными лицами (мэр, министры, главы управлений, главы банковских структур) в неформальной обстановке;
- создание среды общения по интересам вне бизнеса;

- организация каналов социальной помощи в рамках социальных акций и проектов: сбор информации о нуждающихся, формирование финансовых потоков для оказания помощи детям, православной церкви, малоимущим, ветеранам, консультативной поддержки;
- создание механизма анонимного оказания помощи, необходимого русскоязычному бизнесу как наиболее незащищенному от произвола властей: опасаясь привлечения внимания властей к своему бизнесу, многие бизнесмены предпочитают оказывать помощь социальным проектам в качестве физических лиц либо используя для этого ассоциации и объединения

«Если открыто, публично какая-то компания начнёт поддерживать, грубо говоря, русскую общину и перечислять ей деньги на какие-то социальные программы, знаете, чем это кончится, очень быстро придёт одна проверка, вторая проверка, третья проверка, лишние деньги наверно есть».

Однако, опрошенные отмечают, что указанные формы объединения бизнеса (как в русскоязычной среде, так и среди представителей титульной нации) не распространены и слабо развиты. Это связывается частью опрошенных со следующими причинами:

- предполагаемой несовместимостью объединения с конкурентной сущностью бизнеса в целом;
- интернационализацией бизнеса в последнее время во всем мире и в Латвии в частности, что делает неактуальным создание этнически окрашенных бизнес-объединений;
- отсутствием в бизнес-среде авторитетных персон, которые могли бы инициировать создание таких объединений, стимулировать их развитие и гарантировать их стабильность за счет собственного крупного капитала и личных связей;
- небольшим масштабом страны, где бизнес-сообщество и так находится достаточно тесном контакте;
- локализацией русскоязычного бизнеса, изоляцией его от контактов с властью, крупных проектов и госзаказов, что не создает почвы для его действий на институциональной основе или лоббирования его интересов, чему обычно призваны содействовать такого рода ассоциации и объединения;
- опасениями русскоязычного бизнеса привлечь, таким образом, излишнее внимание власти и подозрения в националистических настроениях, их пропаганде;
- отсутствием веры в возможность глобальных изменений силами бизнеса вне политики;
- отсутствием серьезных ресурсов для участия в социальных проектах и зависимостью от произвола власти.

Кроме того, эксперты отмечают, что большие возможности для создания таких форм объединения существуют в столице и в меньшей степени – в провинции, чему способствует патриархальность и клановость социальных отношений в небольших городах.

Перспективы развития русского бизнеса в Латвии, основные ориентиры, проблемы

Большинство опрошенных отметили ключевую роль русскоязычного бизнеса в Латвии. Эта роль связана как с созидательной ролью бизнеса в развитии государства (бизнес как основа экономики и источник налоговых поступлений), так и с высокой концентрацией русскоязычного населения в бизнес-секторе: они составляют большинство в сфере малого и среднего бизнеса, в то время как латыши составляют большинство в

государственных структурах и крупном бизнесе. Такая ситуация, однако, создает ряд препятствий для развития русского бизнеса, в частности:

- отсутствие возможности использования русского языка при ведении документооборота и в деловом общении. Хотя большинство опрошенных признают необходимость владения официальным языком страны, усложнение процедур контроля за владением языком создает дополнительные сложности.

- узурпация некоторых важных управленческих позиций представителями титульной нации, обладающими знанием языка и гражданством, но достаточно низким уровнем профессионализма («...появилась профессия «латыш».) Однако, некоторая часть экспертов считает, что в настоящее время наблюдается постепенное слияние русского бизнеса и латвийского чиновничества, поскольку бюрократия пополняется владеющей языками русской молодежью.

- дефекты системы управления: неэффективное законодательство, бюрократия и коррупция, грабительская налоговая политика, что вынуждает бизнесменов выводить бизнес в европространство (регистрация бизнеса в других странах).

Перспективы развития как страны в целом, так и русскоязычного бизнеса в частности, оцениваются экспертами пессимистически, что связывается ими с низким уровнем благосостояния потребителей, оттоком из страны трудоспособного населения и капитала. Как страна, так и русскоязычный бизнес, по мнению большинства экспертов, смогут успешно развиваться лишь при условии налаживания политических и экономических контактов с Россией.

При определении ориентиров для развития страны и бизнеса мнения экспертов разделились.

Небольшая часть экспертов отмечает необходимость ориентироваться как на собственные ресурсы, так и на Европу и Россию в равной мере.

Отдельные эксперты говорят о приоритетности европространства, что чаще связано со спецификой их собственного бизнеса, наличием у европейских государств ресурсов помощи Латвии и наличием на Западе прозрачных правил игры в экономике и перспектив развития предпринимательства, возможностью заимствования новых технологий.

Однако, как отмечают респонденты, пока Европа не рассматривает Латвию ни в качестве производителя, ни в качестве рынка сбыта, что связано с массовым оттоком молодого населения, которое выступает как производителем, так и потребителем продукции.

В силу этого большая часть экспертов в качестве основного ориентира для развития страны и русскоязычного бизнеса видит Россию (иногда триаду Россия-Белоруссия-Украина), что обусловлено и рядом объективных причин:

- исторически сложившееся единое экономическое, политическое и культурное пространство;

- наличие в России обширных рынков сбыта латвийской продукции, не выдерживающей жесткой конкуренции на европейском рынке (сельхозпродукция, рыбопродукты, легкая промышленность, туризм в привычной россиянам культурной среде);

- благоприятная политическая конъюнктура: начавшееся потепление политических отношений с Россией и смена настроений латвийской политической элиты в отношении РФ;

- сырьевой характер российской экономики, обуславливающий развитие возможностей организации транзита для российского бизнеса на территории Латвии, что было бы выгодно не только России, но и Латвии: создание рабочих мест, совместных предприятий в свою очередь привело бы к голосованию населения на выборах за партии пророссийской

ориентации и дальнейшему расширению сотрудничества на политическом и экономическом уровне;

- наличие в России научного и интеллектуального потенциала для развития бизнеса, которым пока не обладает Латвия;
- стабильность правового пространства, что является привлекательным фактором для экспансии русского бизнеса на латышский рынок.

Вместе с тем, существует и ряд барьеров для выбора в качестве ориентира России, в частности:

- непрозрачность, коррупция и политизированность «правил игры» на российском экономическом рынке (особенно в сфере распределения госзаказов), неприемлемая для европейски ориентированных русскоязычных бизнесменов Латвии;
 - наличие таможенных барьеров;
 - бюрократизация всех сфер отношений;
 - сложности вписывания латвийской продукции в ценовой сегмент российского рынка (продукция продается по цене, по которой поставляется);
 - маломасштабность российского бизнеса, в силу чего он малопривлекателен для ориентированных на европейские стандарты ведения бизнеса;
- « то, что вы называете «латвийский бизнес», в России это, наверно, зарплата клерка средней руки в фирме какой-то средней руки».*
- ориентация приходящего на латвийский рынок русского бизнеса на структуры, рекомендуемые властью, но не выгодные с точки зрения бизнеса, что сужает возможности сотрудничества русского и русскоязычного бизнеса.

Необходимыми условиями и механизмами для усиления ориентации на Россию для русскоязычного бизнеса Латвии являются:

- организация торгового представительства, облегчающего выход латвийского бизнеса на российский рынок;
- оптимизация политических отношений между странами и диалог с российской властью;
- активизация экономической позиции России, которая в настоящее время не проявляет интереса к латвийским ресурсам и возможностям организации транзита по политическим мотивам;
- развитие «народной дипломатии»;
- снятие бюрократических и таможенных барьеров;
- прозрачность и стабильность политического курса Латвии.

Следует отметить, что большинство экспертов отмечают неизбежность интеграции России и Латвии в единое пространство, отмечая, что это только вопрос времени.

Место и роль русского бизнеса в русской общине (основные функции, задачи, достижения)

подавляющая часть опрошенных информирована о существовании русской общины (общин), однако, отмечает почти полное отсутствие контактов с ее представителями в реализации социальных проектов или крайнюю непродолжительность таких контактов и оценивает ее деятельность скептически.

Причинами такого отношения выступают:

- размытость и раздробленность русской общины: в силу многочисленности русскоязычного населения в стране существуют множество мелких (численностью от нескольких человек до нескольких тысяч) общин, возглавляемых различными лидерами и провозглашающих самый широкий спектр целей – от консолидации общества до националистических. В силу этого русская община не обладает в обществе достаточным авторитетом (в отличие от более монолитных общин, представляющих менее многочисленные диаспоры – армянскую, польскую, еврейскую, белорусскую) и не способна предложить базовые объединяющие идеи.

- отсутствие среди многочисленных лидеров русских общин харизматичных персон, авторитетных в бизнес-среде и являющихся гарантами целевого и эффективного расходования средств, выделяемых на их цели бизнес-структурами, а также имеющих связи с российскими властными структурами (вплоть до президентских). В данном контексте симпатии респондентов вызывает фигура бывшего посла В.Калужного, ориентированного на диалог с общественностью, а также Ю.Лужкова, организовавшего эффективно работающий Дом Москвы (Рига).

- гетерогенность состава проживающих в Латвии русских: часть из них проживает в стране веками, часть прибыла после революции, часть – в советский период. Обладая разным уровнем аккультурации и разным менталитетом, эти группы не могут создать единую общину и разработать общую стратегию выживания в стране;

- отсутствие информации о целях, приоритетах работы таких общин, что заставляет бизнес предполагать в них опереточные структуры, созданные для выкачивания из бизнеса спонсорской помощи. Во многом эти предположения подтверждаются личным негативным опытом экспертов, сталкивавшихся с нечестностью и иждивенческими настроениями со стороны таких общин.

«Зарегистрировать её очень просто, ты один зарегистрировал, объявил себя президентом, придумал название, и у тебя появилось основание просить у русских властей материальную помощь на баян или на блины или ещё на что. Обычно, эти проекты затевают, конечно, не бизнесмены, потому, что те, кто может добиться успеха в бизнесе, он добивается успеха в бизнесе, а не ходит с протянутой рукой, и не просит на баян или самовар».

- пассивность и безынициативность общин в реализации конкретных, адресных социальных проектов, в то время как бизнес-сообщество открыто к такого рода предложениям.

- высокий уровень политизации (оппозиционности власти) таких общин, что противоречит в целом аполитичной позиции бизнес-сообщества и его ориентации на конструктивный диалог с властью.

- несовпадение представлений бизнеса и общин о приоритетных направлениях расходования средств, в силу чего бизнесмены претендуют на участие в принятии решений о распределении средств, а также в контроле за их расходованием

- многие бизнесмены видят в делении на этнические общины опасность дезинтеграции общества в условиях многочисленности русского населения стране и потому негативно оценивают саму возможность существования таких общин.

Редкие контакты представителей бизнеса с русскими общинами в настоящее время осуществляются на почве реализации совместных культурных проектов.

Лишь для отдельных экспертов контакты с русской общиной необходимы для поддержания вокруг себя русской культурной среды. Большинство же респондентов отмечает, что в силу преобладания среди русских бизнесменов владельцев средних и

малых предприятий, и как следствие, высокой личной занятости их в своем бизнесе, русскоязычные бизнесмены предпочитают использовать для участия в социальных проектах собственные структуры (бизнес-клуб), либо участвовать в социальных проектах индивидуально, не испытывая интереса к работе русских общин.

Лишь в единичных случаях эксперты отметили потенциальную возможность участия бизнеса в жизни русских общин в целях создания общей языковой и культурной среды.

Влияние кризиса на развитие социальных программ и деятельность русской общины

Несмотря на отмечаемое почти всеми экспертами снижение доходов от бизнеса, подавляющее большинство опрошенных заявили **о сохранении финансирования социальных программ, проектов в прежнем и даже большем объеме**, что связано с рядом причин:

- увеличением в кризисных условиях количества малоимущих и лиц, нуждающихся в социальной помощи;
- сменой приоритетов и ценностей в самом бизнесе в сторону их гуманизации: в условиях кризиса эксперты, которые и ранее участвовали в социальных проектах, исходя из внутренних личностных убеждений, ожидают смены направленности мышления от общества в целом, а также того, что их деятельность будет более адекватна общественным приоритетам;
- появлением новых возможностей для развития бизнеса (удешевление строительства, земли, рабочей силы), и как следствие – расширением возможностей для благотворительности;
- усилением пророссийских ориентаций в обществе (язык, культура) и политике, что делает более актуальным участие в российских социальных проектах, в частности пропаганде элитарной русской культуры и искусства;
- возможностями использования альтернативных (нефинансовых) вариантов помощи, например, снижения цен на социальные услуги (здравоохранение, образовательные услуги) в силу снижения спроса на них среди стремительно беднеющего населения и уменьшения численности последнего в силу миграции в Европу. Во многом такие варианты помощи рассматриваются экспертами одновременно и как эффективное бизнес-решение.

Большая часть опрошенных готова сохранить поддержку таких приоритетных направлений как помощь малоимущим, ветеранам войны, православной церкви и культурным мероприятиям, несмотря на то, что кризис существенно изменит структуру таких расходов:

- уменьшится доля финансовых вложений за счет иных форм помощи (предоставление оборудования, бесплатные услуги, транспорт и пр.);
- сократится доля легальной поддержки за счет увеличения доли теневой;
- изменится количество поддерживаемых проектов за счет более тщательной их селекции;
- в единичных случаях ожидается также финансовая поддержка со стороны российских структур;

При этом указанная часть опрошенных в основном отмечает, что они по-прежнему не будут делать разделения по этническому признаку при отборе объектов поддержки.

Незначительная часть экспертов заявила о временном приостановлении или уменьшении объема участия в социальных проектах, либо о концентрации на заботе о социальных нуждах собственных сотрудников как наиболее востребованной и ожидаемой от бизнеса формы социальной поддержки населения (своевременная выплата заработной платы в полном объеме, социальные пакеты и пр.).

Позиция гражданского общества

Русская община Латвии: проблема определения

Одним из наиболее важных вопросов настоящего исследования представляется формулировка четкого определения понятия «русская община Латвии». Экспертный опрос выявил диверсифицированность подхода к определению этого термина. Прежде чем описывать современное состояние русской общины Латвии, обобщим мнения экспертов в отношении понятия «русская община Латвии».

При ответе на вопрос «Чем является «русская община Латвии» сегодня?» эксперты использовали следующие значимые характеристики:

- *лингвистическое меньшинство*
- *русская диаспора*
- *общность единого этнического происхождения*
- *культурологическое пространство*
- *ряд общественных организаций, доносящих русскую идею*
- *конгломерат разных людей*
- *форма развития русского меньшинства*
- *этнографические балалаечники*
- *всего лишь тренд, используемый в СМИ.*

Как полагает подавляющее большинство опрошенных экспертов, термин «русская община Латвии» весьма условен. И единой консолидированной русской общины на сегодняшний день в Латвии не существует. Есть некая абстрактная общность людей единого этнического происхождения, условно объединенная русским языком и культурными традициями, которая находится в состоянии крайней разобщенности и раздробленности, общность, которая не имеет юридического статуса. В целом, под русской общиной эксперты подразумевали всех русскоязычных людей, проживающих на территории Латвийской республики.

Подавляющее большинство респондентов настаивают на использовании термина «русскоязычная община» вместо «русская община», мотивируя это тем, что проживающие на территории Латвийской республики русскоговорящие украинцы, белорусы (выходцы из бывшего СССР) также в большинстве своем идентифицируют себя с русскими людьми.

В центре регистра предприятий Латвии есть «Русская община Латвии», есть «Русская община в Латвии», «Русская община Даугавпилса», «Русская община Резекне», «Лиепайская русская община», даже «Юрмальская русская община». <...> Несмотря на такое обилие словосочетаний и зарегистрированных общественных организаций, как таковой единой русской общины в Латвии не существует. На данный момент есть группы по интересам. Общины используются определенными людьми в определенных целях, - говорит представитель политического истеблишмента.

Состав общины разнородный. <...> Есть те же этнографические балалаечники. Есть те, которые профессионально борются за права, практически безуспешно. Но единой объединяющей, пожалуй, нет, - уверен один из участников экспертного опроса.

Сделать обобщение респондентам оказалось довольно сложно также в силу того, что русскоязычные люди, проживающие на территории Латвии – это люди с разными интересами, доходами, уровнем образования и потребностями. Поэтому давать единое определение затруднительно. Любые попытки дать определение этой общности будут носить абстрактный характер.

Именно исходя из всех этих противоречий и споров, понятие русской общины нуждается в научной конкретизации. Предлагается разделить этот неоднозначный термин на два более конкретных определения.

1. Русская община Латвии – совокупность общественных организаций, разобщенных де-факто, но объединенных единой языковой и культурной традицией, ставящей своей целью укрепление идентичности русскоязычных людей, проживающих на территории Латвии, а также защиту их интересов.

2. Русскоязычная община Латвии – культурологическое пространство, объединяющее людей единого этнического происхождения, которых в свою очередь можно разделить на три категории: а) полностью ассимилировавшиеся б) условно россияне в) русскоязычные латвийцы.

В ходе анализа результатов исследования мы будем разделять эти два понятия.

Современное состояние русской общины

Современное состояние русской общины Латвии участники исследования описывали как *разрозненное* и *разобщенное*. Важно отметить и то, что сами представители общественных организаций констатируют, что община находится в раздробленном состоянии, у нее отсутствует единый центр, и община не только неконсолидирована, более того, она стремительно сокращается. Сокращается, по мнению участников исследования, по двум причинам: массовой эмиграции (в страны Европы) и вымирания, т.е. превышения смертности над рождаемостью. Представители политического истеблишмента настроены по отношению к современному состоянию русской общины не менее критично.

Удивителен тот факт, что в отношении целого ряда вопросов у разных категорий респондентов наблюдалась консолидированная позиция. На сегодняшний день понятие «русская община» непопулярно, однако при этом оно востребовано как перспектива.

Раздроблению русской общины отчасти способствовал и тот факт, что в начале 1990-х годов многие политические силы использовали русскую общину в инструментальных целях. В русской среде, по словам некоторых экспертов, не происходит самоорганизации также и потому, что этому мешает непосредственно менталитет русского человека, не способного объединяться за рубежом. Аналогичные процессы имели место, в частности, в русской эмиграции первой волны, покинувшей Родину после 1917 года – они оказались разделены не только по политическому признаку, но и на конкурирующие между собой православные юрисдикции (в современной Латвии последнего удалось избежать).

В то же время почти все участники исследования отметили, что консолидация и самоорганизация русским людям в Латвии крайне необходима. *Пока русская община не нашла главные приоритеты, она не консолидируется*, - полагает представитель

общественной организации. Для русскоязычных людей в Латвии важно, чтобы было объединение, которое защищало бы их интересы в Латвийском государстве.

Существенное замечание, возникшее в ходе исследования, состояло в том, что русская община за границей не может существовать и не может консолидироваться без активного участия со стороны России: как в финансовом, так и в духовно-культурном отношении. Следует отметить, что апелляция к участию России в жизни русских людей происходила довольно часто в ходе интервью.

Вопрос о самоорганизации общины остается открытым. На микроуровнях, как полагают эксперты, самоорганизация есть: она представляет собой деятельность конкретных общественных организаций, направленная на поддержание русской культуры. Если подниматься на более высокий уровень, то самоорганизация, уверены эксперты, отсутствует в силу ряда объективных причин.

Возможность участия в жизни государства

Ответ на вопрос о возможности участия русскоязычных людей в жизни Латвийского государства оказался неоднозначным. Мнения участников исследования разделились. Часть респондентов уверена, что возможности участвовать в жизни государства у русскоязычных людей достаточно широки, другая часть убеждена в том, что существует целый ряд ограничений и препятствий, которые не позволяют русским людям принимать активное участие в различных сферах жизни государства.

На уровне местных органов власти и на уровне Сейма, эксперты считают, что русскоязычная община в целом представлена. *Есть депутаты и в местных самоуправлениях, и в парламенте Латвии. Тем не менее, скажем, на уровне парламента правящая коалиция никак не реагирует на предложения со стороны оппозиции, представленной фракциями от демократической оппозиции,* - говорит один из депутатов.

При анализе вопроса вовлеченности русскоязычных людей в жизни Латвийского государства респонденты непременно возвращались к проблеме гражданства и негражданства. Часть респондентов убеждена, что получить гражданство путем так называемой натурализации и сдачи языкового экзамена не представляется сложным, а значит и получение прав на участие во всех областях жизни также доступно. Этой точки зрения придерживаются, как ни странно, представители среднего и старшего возраста. Другая часть участников опроса, настроенных более радикально, убеждена, что сдача экзамена и натурализация является неуместным и оскорбительным мероприятием, которое не должно иметь место по отношению к русскоязычным людям.

Приведем две противоположные точки зрения.

Я сам по себе русский. Но надо реально понимать, - если мы живем в этой стране, то обязаны знать и государственный язык, и уважать те традиции, которые здесь есть. <...> Те люди, которые хотели натурализоваться, хотели получить гражданство, - они уже это сделали.

Мы же не приехали сюда. Мы жили здесь. Мы честно платили налоги, не совершали никаких преступлений. Почему для нас создали столько правил? Были в Латвийской ССР, а теперь должны быть гражданами Латвии. Это тоже определенное ограничение.

Эти противоположные точки зрения русскоязычных людей – еще один показательный пример того, что русская община внутри себя разобщена: взгляды на положение русских людей в Латвии сильно разнятся.

Основные потребности русскоязычной общины

Русские люди в Латвии находятся в российском информационном поле. Как свидетельствуют участники исследования, большинство телевизионных каналов в домах представителей русскоязычной общины транслируются из России. Благодаря тому, что сформировано русское медийно-информационное пространство, в какой-то степени поддерживается национальное самосознание русских людей. Речь идет, в том числе о русскоязычных СМИ, таких как газета «Вести сегодня», «Час», «Телеграф», «Бизнес&Балтия», русская версия портала DELFI. Укрепление русской идентичности также способствуют русскоязычные школы и православные храмы.

Стоит отметить, что, в отношении потребностей представители общественных организаций не склонны к обобщениям. Их высказывания касались потребностей конкретно их организаций, а не общины в целом. Тем не менее, исследование показало, что можно условно выделить несколько уровней потребностей русскоязычной общины Латвии.

I уровень - образовательный. Наиболее важным для участников исследования представляется сохранение русских школ, т.е. получение среднего образования на русском языке. Представители русскоязычного населения ратуют не просто за сохранение русского языка, но и за придание ему официального статуса: либо статуса второго государственного языка, либо статуса языка национального меньшинства (менее популярный ответ). То же самое касается и сохранения преподавательского состава. По свидетельству одного из участников исследования, с 1993 года государство больше не готовит преподавателей для русских школ. Эксперты полагают, что русский язык, который, по их мнению, переживает сейчас некую деформацию, требует к себе бережного обращения и является базисом для социокультурной среды русских людей в Латвии. *Очень важную роль играет сохранение образования на русском языке. Среднее образование – это краеугольный камень. <...> Череда поколений... и потом никто на русском языке ничего не скажет. Пока будет существовать средняя школа на русском языке, до тех пор будет община, - убежден участник исследования. Я бы отметил тенденцию усиления языковых репрессий и иных репрессий, направленных на защиту идеи строительства латышской Латвии без национальных меньшинств, - подобная точка зрения была весьма распространена.*

II уровень - культурный. При обсуждении проблем реализации культурных проектов представители общественных организаций в один голос говорят о необходимости участия в них России. Вообще, высказывалось мнение, что позиция России по отношению к русским соотечественникам до сих пор остается неопределенной. Однако на съезде соотечественников в Москве президент Дмитрий Медведев четко обозначил позицию поддержки русских людей за рубежом. Русские люди, проживающие в Латвии, ожидают, что российские организации будут принимать активное участие в сохранении русской культуры: оказание финансовой и моральной поддержки. Представитель общественной организации приводит такой пример: *Почему бы России немножко не поддержать местных писателей. Это же сохранение родной культуры. Для России это тоже интересно: как живут русские за рубежом. Одно дело сказать, а другое дело, когда об*

этом написано и напечатано в сборнике. Такие издания - это очень важно. Нет этого в Латвии.

III уровень - политический. Как уже было сказано выше, вопрос гражданства – краеугольный камень при обсуждении любых аспектов жизни русскоязычных людей Латвии. Как свидетельствуют эксперты, учет интересов представителей русскоязычной общины сегодня является одной из самых насущных проблем. В этом вопросе мы снова возвращаемся к проблеме натурализации. Кстати, некоторые представители русской общины не хотят сдавать экзамен из принципиальных соображений. *Многие, в том числе и я, не могут перешагнуть внутренний барьер, когда на экзамене по истории нужно говорить об оккупации Латвии. Я лично этот барьер перешагнуть не могу,* - говорит участник исследования. Вообще, проблема гражданства является на сегодняшний день очень большой темой и поиск ее решения, скорее всего, растянется еще на многие годы.

IV уровень - коммуникативный. Эксперты отмечают также и необходимость сохранения русского коммуникативного пространства, то есть сохранение свободной сферы общения на русском языке. Это может выражаться в сохранении и поддержке русских национальных праздников и традиций, творческие (музыкальные) гастроли артистов, которые очень востребованы в Латвии, даже просто народные уличные гуляния. *Хотелось, конечно, чтобы появились праздники по православному и старообрядческому календарю, официально занесенные в законодательство как официальные выходные.* Несмотря на то, что для представителей русской общины важны традиционные русские праздники, респонденты в то же время уверены, что нельзя обходиться только внешними атрибутами. Важно глубже подходить к вопросу сохранения русской культуры. Наиболее востребовано и социально значимо для русских людей, бесспорно, празднование Дня Победы, сохранение русских (в том числе православных) традиций, методическая поддержка школ, исторические исследовательские проекты, различные конкурсы и премии.

Бизнес и община: проблема идентификации

Прежде чем перейти к анализу степени социальной активности русскоязычного бизнеса в Латвии, представляется важным понять, насколько русскоязычный бизнес идентифицирует себя с русской общиной Латвии. Рассуждая на эту тему, респонденты пришли к общему выводу: русскоязычные бизнесмены совершенно не отождествляют себя с русской общиной, более того, они от нее дистанцируются. Этому есть несколько причин.

Во-первых, бизнес – понятие интернациональное. У бизнесмена нет национальности, считают некоторые респонденты. *Если русский бизнес позиционирует себя только с русской средой, то будет печальный казус. У нас и так общество расколото.* Во-вторых, живя в Латвийском государстве, бизнесмены предпочитают идентифицировать себя больше с латвийским обществом (*стремятся «олатышиваться»*). Это происходит, в том числе, и потому, что существует, как сказал один из участников исследования, стереотип несовместимости понятий «русский человек» и «бизнес». В-третьих, бизнес прагматичен, он заинтересован в прибыли. *Движущий интерес у них – возможность получить выгоду. Были представители бизнеса, которые вкладывали деньги в кампании националорадикалов. Не потому, что были им близки, а потому что могли появиться какие-то возможности, если имеешь такие контакты,* - приводит пример представитель общественной организации. Это как раз и есть демонстрация чисто прагматического подхода.

Как говорят участники исследования, бизнесмены опасаются позиционировать себя как спонсоров русских общественных организаций. Это всегда или зачастую влечет за собой негативное отношение к ним со стороны Латвийского государства (подробнее см. далее).

Те предприниматели, которые свою русскость ощущают и декларируют, бывают на приемах в российском Посольстве. Все остальные - на приемах в честь независимости Латвии.

Вообще, участие в жизни общины зависит от конкретной личности бизнесмена, от его культурных потребностей и воспитания, убеждены представители общественных организаций. Однако среди русскоязычных бизнесменов не все русские. Как заметил один из участников исследования: *было бы глупо от них требовать поддержки русской культуры. Для них русский язык и русская культура – это место проживания и средство общения, а не какие-то национальные традиции, приоритеты и священные коровы.*

Участие бизнеса в жизни общины

Как свидетельствуют эксперты, участие русскоязычного бизнеса в жизни русской общины носит бессистемный характер. Оно сводится к точечной помощи, основанной сугубо на личном отношении и личных связях. *Все зависит от конкретной личности бизнесмена и его семейного воспитания,* - уверен один из участников опроса.

Бизнесмены, которые относят себя к русским, бесспорно, помогают общественным организациям в организации празднования Дня Победы 9 мая, оказывают финансовую помощь ветеранам. Также они готовы помогать русским школам (однако, эта помощь часто имеет место в том случае, если в этой школе учатся их дети). Финансирование реставрации православных храмов и помощь священнослужителям тоже может интересовать бизнесменов. В меньшей степени они поддерживают культурные мероприятия, театр, талантливых детей. Так полагают эксперты.

Очень важное замечание: если бизнес принимает участие в социально значимых именно для русской общины проектах, то чаще всего, старается не афишировать свою помощь. Участники исследования называют этому несколько причин.

Во-первых, если мероприятие или проект русской общины, которому требуется помощь, хоть в малейшей степени носит политический оттенок, бизнесмены, как правило, отказывают в помощи. Как утверждают эксперты, бизнес старается быть политически нейтральным. Хотя это отнюдь не исключает помощи политическим партиям. В этом состоит одно из противоречий во взаимоотношениях общины и бизнеса. Во-вторых, человек, активно занимающийся бизнесом, не стремится привлекать активное внимание со стороны Латвийского государства. Были прецеденты, как рассказывают участники опроса, когда после активного участия бизнеса, были инициированы различные финансовые проверки в компании бизнесмена (был также прецедент, когда после таких проверок бизнесмен вынужден был покинуть Латвию). *Здесь бизнес стесняется показать, что он – русский бизнес,* - говорит один из участников опроса. В-третьих, наименее распространенная точка зрения состоит в том, что бизнесмен не хочет афишировать свою помощь по причине природной скромности.

Что касается масштабов бизнеса, который оказывает помощь общине, то участники исследования отмечали, что помощь идет в основном, от представителей среднего бизнеса

и (как это ни парадоксально) – мелкого. Крупный бизнес, по словам респондентов, интернационален и не склонен участвовать в социальных проектах русской общины. К тому же, как заметил один из участников исследования, у крупного бизнеса отсутствует система личного общения. Для того, чтобы получить отклик от той или иной крупной компании, необходимо пройти долгий и сложный путь, связаться со специальными отделами (отделом по связям с общественностью, например). А в компаниях мельче есть возможность коммуникации напрямую с владельцем.

Таким образом, какой-то четкой устоявшейся практики взаимодействия русскоязычного бизнеса и русской общины Латвии нет. Точечная помощь периодически происходит, но основная масса бизнесменов, по словам экспертов, старается держать дистанцию. Как отметил один из респондентов, бизнес по отношению к общественным организациям находится в выжидательной позиции.

Социальная активность бизнеса в настоящее время

Подавляющее большинство респондентов отметили, что говорить о масштабной социальной активности русского бизнеса в Латвии не приходится. Помощь, по словам экспертов, происходит на локальном уровне.

По словам одного из представителей политического истеблишмента, *бизнес должен быть ответственен в целом перед всеми, так как Латвия – двухобщинное государство.*

Мировой кризис, сильно ударивший по экономике Латвии, усложнил взаимоотношения бизнеса и общины. До экономического кризиса бизнес в небольшой степени оказывал помощь и принимал участие в жизни русской общины. А сейчас эта помощь снизилась практически до нуля. Как заметил один из представителей общественной организации, *бизнесменам стало легче отказывать. Появилась дополнительная аргументация.*

В отношении баланса между альтруизмом и прагматизмом в действиях бизнесменов превалирует, безусловно, прагматизм. Эксперты уверены, что бизнес и альтруизм никогда не были совместимыми понятиями. В целом, представители общественных организаций отзывались о представителях бизнес-сообщества крайне негативно.

В ходе исследования, вне зависимости от обсуждаемого вопроса, участники исследования часто апеллировали к России, к ее участию в жизни русской общины Латвии. По их мнению, русскоязычные бизнесмены заинтересованы в связях с Россией и с институтами гражданского общества. Однако приводились и печальные примеры такой потребности. *У нас иногда бывало так, что мелкие предприниматели, желая наладить в России свои дела, просили какие-то рекомендации. Мы писали от всей души на бланке организации. После чего человек исчезал совсем. Ничем это не заканчивалось,* - приводит пример представитель общественной организации.

Если можно было бы сказать, что бизнес разделяет интересы русской общины, то, к сожалению, не в той глубокой степени, в которой это помогло бы русской общине. Русская община и русскоязычный бизнес не говорят на одном языке.

Еще одно противоречие, которое проявилось в ходе исследования, состоит в том, что не существует единого механизма взаимодействия бизнеса и русской общины. Кто должен проявлять инициативу? Представители общественных организаций должны просить

помощи у бизнесменов? Или бизнесмены должны проявлять инициативу? Вопрос остается открытым.

Привлекательность социальных проектов

Один из самых сложных вопросов – поиск мотивации. Каким образом можно было бы заинтересовать бизнесменов участвовать в жизни русской общины, разделять ее приоритеты и участвовать в социально значимых проектах? Обобщая ответы респондентов, можно выделить несколько вариантов мотивации.

1 вариант. Взаимовыгодное сотрудничество. Как утверждают представители общественных организаций, бизнесменам важно дать понять, что участие в социальных проектах им может быть выгодно. *Мы для них тоже вполне выгодны. Мы общаемся по всему миру, в разных странах. Бываем на разных конференциях, где могли бы продвигать их интересы,* - убежден представитель общественной организации.

2 вариант. Культура проектов. Представители политического истеблишмента придерживаются точки зрения, что самое главное – это культура общения. Общественнику нужно уметь грамотно преподнести проект, сделать бизнес-план, продемонстрировать имиджевую привлекательность проекта на территории Латвии или даже за ее пределами, подчеркнуть необходимость и полезность идеи. Бизнесмены – люди с системным мышлением, к ним нужен особый подход.

3 вариант. Усиление роли Посольства. Посольство РФ в Латвии может оказывать большее влияние на участие бизнесменов в социальной жизни общины, чем это происходит сейчас. Ряд респондентов негативно отзывались о работе Посольства РФ в Латвии в этом направлении. Эксперты полагают, что оно сегодня не выполняет консолидирующей роли. Участники исследования считают, что социальные проекты могли бы получить дополнительную привлекательность для бизнесменов, если бы имели софинансирование со стороны российских организаций (как коммерческих, так и институтов гражданского общества).

4 вариант. Социальный маркетинг. По мнению одного из экспертов, социальный маркетинг – одно из последних веяний современной среды – должен учитывать среду, в которой зарабатываются деньги. Бизнесмены могут получить более серьезную отдачу от определенной категории проектов. В этом случае важна гласность и информационная открытость социальных проектов.

Обобщая основные выводы исследования, можно отметить, что, в первую очередь, для русской общины важна самоорганизация, важно появление культуры написания проектов, и только после этого, как полагают участники опроса, стоит подключать к деятельности общины бизнес.

Приложение 1

Список взятых интервью

Представители гражданского общества

№	ФИО	Должность
Рига		
1.	Алексеев Юрий	Главный редактор газеты "Бизнес&Балтия"
2.	Алтухов Вячеслав	Председатель Русской общины Латвии
3.	Аскеров Айдын	Президент Латвийской ассоциации малых и средних предприятий Kalve
4.	Винник Ирина	депутат Рижской думы, член комиссии по социальным вопросам, экс-руководитель Департамента национальных меньшинств Министерства интеграции Латвии
5.	Голубов Анатолий	Главный редактор русской версии портала DELFI
6.	Гущин Виктор	Председатель Координационного совета общественных организаций
7.	Клементьев Андрей	Депутат Сейма, партия «Центр согласия»
8.	Корен Иосиф	Сопредседатель Латвийского антифашистского комитета
9.	Мазур Сергей	Редактор альманаха "Русский мир и Латвия"
10.	Матьякубова Елена	Председатель Латвийской организации русской культуры, член комиссии Министерства финансов
11.	Петерсоне Ирина	Президент Объединения деловых женщин Латвии
12.	Самбурская Светлана	Председатель правления Международного центра культуры RSEBAA
13.	Соколовский Юрий	Сопредседатель партии «ЗаПчел»
14.	Трофимов Дмитрий	Вице-президент Латвийской торгово-промышленной палаты
15.	Фаворская Татьяна	Председатель правления Русского общества в Латвии
16.	Яковлев Андрей	Председатель правления независимой ассоциации «D.V.I.N.A.»
Даугавпилс		
17.	Богданова Героида	Председатель Русского дома

№	ФИО	Должность
18.	Волков Владислав	Директор Института социальных исследований
19.	Гартованова Светлана	Руководитель регионального корпункта газеты «Час»
20.	Дробот Евгений	Заместитель председателя Даугавпилского отделения Русской общины Латвии
21.	Жилко Алексей	Председатель первой Даугавпилской старообрядческой общины
22.	Митрофанов Мирослав	Депутат Сейма, партия «ЗаПчел»
23.	Попов Георгий	Благочинный Даугавпилского округа (Православная церковь)
24.	Ширяков Вячеслав	Вице-мэр города Даугавпилс
Юрмала		
25.	Купчик Владимир	Руководитель бюро Юрмальской организации партии «Центр согласия»
26.	Максимов Владимир	Депутат Юрмальской думы
27.	Тарасенко Зинаида	Директор Каугурской русской школы

Представители бизнеса

№	ФИО	Должность
Рига		
1.	Виктор Копосов «Инлат +» ("Inlat Plus")	Президент
2.	Наталья Баграмян «Viva Una»	Президент
3.	Олег Степанов «Вентспилский торговый порт»	Председатель Совета
4.	Александр Бугров, «Bugroff» архитектурно-строительная фирма	Президент, член союза архитекторов Латвии
5.	Евгений Волошин – SIA «Gemmi» - ювелирный бизнес	Президент
6.	Борис Куров – Рижская Высшая международная школа экономики и	Председатель Правления, ректор (RSEBAA)

	управления бизнесом (RSEBAA)	
7.	Александр Милов – Строительный холдинг LNK (Latvijas Novitātes Komplekss)	Председатель правления
8.	Андрей Алексеев – «SeverStalLat»	Председатель правления
9.	Владимир Соломатин – «Ventspils Nafta»	Председатель Совета акционеров, доктор экономики, Латвийской любительской футбольной лиги
10.	Светлана Шибко-Шипковская «Klasika» - частная средняя школа	Директор
11.	Оксана Астанина – «Jomas Perle» SIA - недвижимость	Председатель правления
12.	Валерий Никифоров – Балтийская международная академия	Председатель Правления, председатель сената Высшей школы психологии
13.	Игорь Соломатин – Центр микрохирургии глаза ACU REHABILITACIJAS CENTES	Президент
14.	Андрей Козлов – издательский дом "Fenster"	Председатель правления
15.	Владимир Соколов – S.O.V.A.	Председатель Совета акционеров
Юрмала		
16.	Юрий Ковригин – SP Legions охранные системы	Председатель правления
17.	Татьяна Силова – «SLAVU» - ресторанный бизнес	Генеральный директор
18.	Игорь Глазунов – Latvijas m'beles un dizains Lido (промышленность)	Генеральный директор, президент
Даугавпилс		
19.	Владислав Дриксна – «Ditton Holding»	Президент «Ditton Holding», председатель правления Даугавпилсской федерации футбола.
20.	Александр Гусев – «AB	Генеральный директор

	Areals» - юридическое бюро	
21.	Андрей Егоров – SIA "Norteks AE"	Генеральный директор
22.	Евгений Васильев - «GADIBA» - крупный строительный бизнес	Президент
23.	Виктор Добкевич - радиостанции «Алиса +»:	Соучредитель
24.	Андрей Голубев - SIA "Evor Latgale"	Коммерческий директор
25.	Евгений Владимиров - АО инвестиционной трастовой компании «Pallada»	Президент

Приложение 2

Вопросы к интервью (гражданское общество)

1. Как Вы могли бы охарактеризовать сегодняшнее состояние русскоязычной общины Латвии? Ее численность? Состав? География распределения русскоязычного населения?
2. В какой степени русская община самоорганизована? Каковы механизмы этой самоорганизации?
3. Какие возможности есть у представителей русскоязычной общины участвовать в жизни Латвийского государства? Какие в этом отношении существуют препятствия?
4. Вы могли бы сформулировать основные потребности русскоязычной общины в культурном, политическом, экономическом, образовательном плане? Какова динамика этих потребностей? Как часто они меняются или они постоянны?
5. Как поддерживается национальное самосознание русских в Латвии? Укрепление самосознания происходит планомерно или это процесс стихийный?
6. Какие проекты социальной направленности на сегодняшний день значимы для русской общины? Реализация каких социально значимых проектов могла бы помочь в вопросе укрепления русской идентичности?
7. Известно, что одной из наиболее привлекательных сфер деятельности для инициативных деятелей общины стал бизнес. Насколько эта часть русской общины идентифицирует себя с ней? Или они стремятся к формированию собственной идентичности?
8. По Вашему мнению, насколько значимы для русских предпринимателей русский язык, русская культура и традиции? Заинтересованы ли они в поддержке связи с Россией (в том числе со структурами гражданского общества)?
9. Каков баланс между прагматизмом и альтруизмом в деятельности русских предпринимателей? Нуждаются ли они в сохранении и развитии русской общины?
10. Насколько представители русскоязычного бизнес-сообщества социально активны? Насколько они, на Ваш взгляд, заинтересованы и принимают участие в реализации проектов, значимых для русскоязычной общины? Если да, то в каких? В какой форме? Если нет, то почему, как Вы считаете? Какая форма участия русскоязычных бизнесменов, на Ваш взгляд, наиболее оптимальна для поддержки русскоязычной общины?
11. Как изменилась ситуация с бизнес-поддержкой в связи с экономическим кризисом?
12. На Ваш взгляд, каким образом можно было бы мотивировать конкретных бизнесменов реализовывать социально значимые проекты?

Вопросы к интервью (бизнес)

1. Социальная роль русского бизнеса в Латвии.

- Основные социальные программы, которые поддерживает бизнес
- «Русский» бизнес в Латвии это только бизнес или это еще и определенные социальные задачи?
- В чем заключается, по Вашему мнению, социальная общественная роль русского бизнеса в Латвии?
- Существуют ли какие-то социальные программы?
- Каковы главные приоритеты в решении социальных задач (меценатство, политика, поддержка русской культуры, религия, поддержка образовательных учреждений, что-то другое)?
- Почему именно эти приоритеты Вы выделили?

2. Основные задачи, которые решает русский бизнес, участвуя в реализации социальных программ (что движет предпринимателями, реализующими социальные программы)

- Какова вообще главная мотивация представителей русского бизнеса, реализующих социальные программы, направленные на решение проблем русских в Латвии?
- Что лежит в основе: национальный патриотизм, ощущение своей принадлежности к русской культуре либо сугубо прагматические задачи по легализации и развитию бизнеса?
- Какова лично Ваша мотивация?

3. Наиболее типичные социальные проекты, реализуемые русским бизнесом

- Какие формы социальной поддержки русских в Латвии Вы реализуете?
- Помогают ли Вам остальные члены русской общины, остальные предприниматели? Насколько типично Ваше поведение?
- Как ведут себя другие предприниматели?
- Какие социальные программы являются наиболее распространенными и типичными для российского бизнеса в Латвии?

4. Основные проблемы, с которыми сталкиваются предпринимателями при решении социальных задач

- С какими трудностями сталкиваются представители бизнеса при реализации конкретных социальных программ?
- Какие проблемы пришлось решать лично Вам? Приведите, пожалуйста, примеры.
- Какие формы социальной поддержки работают, какие нет? С чем это связано?

5. Роль европейских и российских структур в поддержке социальных проектов русского бизнеса

- Как Вы думаете, насколько эффективным может быть русский бизнес в решении социальных вопросов?
- Какие конкретно проблемы могут быть реально решены?
- Какая помощь необходима русскому бизнесу в Латвии в решении социальных проблем?
- Кто может оказать такую поддержку?
- Какие российские, европейские структуры должны в этом участвовать?
- Какие формы сотрудничества будут наиболее эффективными?

6. Формы объединения русского бизнеса в Латвии.

- Какие формы объединения существуют в русском бизнесе в Латвии?
- Каково отношение к этим объединениям внутри латвийского бизнес сообщества?
- Как эти объединения помогают решать социальные проблемы?

7. Перспективы развития русского бизнеса в Латвии, основные ориентиры, проблемы.

- Каковы, по Вашему мнению, роль и место русского бизнеса в Латвии?
- Какие проблемы существуют? Какие препятствия на пути развития русского бизнеса в Латвии являются наиболее серьезными?
- Каковы дальнейшие перспективы развития русского бизнеса в Латвии?
- Каковы главные ориентиры? Россия? Латвия? Европейское пространство?

8. Место и роль русского бизнеса в русской общине (основные функции, задачи, достижения)

- Каковы место и роль русского бизнеса в русской общине? - Что заставляет русский бизнес принимать участие в работе русской общины?
- В чем состоит Ваш личный интерес?
- Какие цели ставят перед собой бизнес, принимая участие в работе общины? Насколько успешно они реализуются?

9. Влияние кризиса на развитие социальных программ и деятельность русской общины

- Как изменилась ситуация в связи с кризисом (активность участия бизнеса в жизни общины).