

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»

ФИЛАТОВА Анастасия Сергеевна

МИГРАЦИЯ В СМИ:
СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ И ЭТИЧЕСКИЕ
АСПЕКТЫ

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очная

Направление: 42.03.02 «Журналистика»

Основная образовательная программа: СВ. 5032 «Журналистика»

Кафедра «Цифровые медиакоммуникации»

Научный руководитель:
доцент, к. полит. н.
Королёв Егор Алексеевич

Рецензент: эксперт по работе с этническими
меньшинствами и трудовыми мигрантами
в благотворительном фонде поддержки и развития
просветительских и социальных проектов «ПСП-фонд»
Якимов Андрей Николаевич

Санкт-Петербург
2021

Оглавление

Введение.....	3
Глава 1. Образ мигранта в массовом сознании	9
1.1 Феномен стигматизации и стереотипизации мигрантов как социально-психологическое явление.	9
1.2 Анализ принципов создания медиатекстов о мигрантах, как об уязвимой категории населения	19
Глава 2. Тема миграции в современных российских СМИ	24
2.1 Использование приёмов психологической манипуляции в материалах СМИ.....	24
2.2 Сравнительный анализ средств влияния СМИ на психологический процесс стереотипизации: социальный опрос.....	37
Заключение	46
Список литературы	49
Список источников	53
Приложение 1	57

Введение

Общественное сознание формируется и воспроизводится посредством дискурса СМИ. В рамках информационного поля выстраивается общественная модель, механизмами которой становятся стереотипы, предубеждения и даже фобии. Непостоянность и динамичность медиасреды провоцирует напряжение в современном российском обществе, замедляет процессы социальной мобильности и адаптации. Тревога перед принятием «нового» осложняет естественное осмысление настоящих реалий общественного строя. СМИ могут усилить дестабилизацию общественной психологии или повлиять на формирование толерантного поведения и адекватного восприятия ожидаемых демографических изменений.

Прогноз Росстата по миграции на период 2020-2036 гг. допускает увеличение численности прибывших переселенцев на 32-70%. Таким образом, ориентируясь на вариант наиболее высоких показателей, миграционный прирост в 2035 году может составить от 100,5 до 462,5 тыс. человек¹. Российское общество продолжит путь социально-культурной трансформации. Проведённое центром стратегических разработок «Человеческий капитал» совместно с учёными НИУ ВШЭ и (ИНСАП) РАНХиГС аналитическое исследование развития миграционной политики в России помогло установить – выход на устойчивый экономический рост обусловлен взаимодействием с мигрантами, готовых к интеграции в принимающий социум². Отсутствие влияния на институты интеграции тормозит общий социальный прогресс и приводит к нарастающему ощущению угрозы со стороны «чужих».

Медиаобраз – мощный фактор группового сознания. Сегодня миграция презентуется в СМИ преимущественно как неизбежный процесс, приводящий к непредсказуемым изменениям политические, экономические и духовные сферы жизни. В рамках психологии информационной провокации медиа

¹ Демографический ежегодник России. 2019: Стат. сб. / Росстат. М., 2019. 8.1.

² Миграционная политика: диагностика, вызовы, предложения. М.: Центр стратегических разработок, 2018.

формируют повестку, ориентируя читателя на такие тревожные слова-стигмы, как «наплыв», «волна», «поток» и т.д. Информационная манипуляция, обращённая на сознание аудитории, воздействует на поведение, нравственные установки, убеждения, отношение к тому, что происходит в обществе. Необходима разработка интеграционных программ по работе с каналами СМИ и, как следствие, с представителями принимающего общества.

Актуальность исследования обусловлена динамикой социально-психологической трансформации общественного отношения к теме миграции. Несмотря на ориентир в сторону толерантных и политкорректных ценностей, россияне продолжают воспринимать мигрантов как нечто чужеродное. Наиболее актуальный опрос, проведённый аналитическим центром Юрия Левады в 2020 году, демонстрирует преобладание пренебрежительного отношения россиян к мигрантам, исследуя предпосылки ксенофобии и национализма³. Актуальные показатели говорят о том, что число людей, приветствующих ограничение притока мигрантов увеличивается уже в течение трёх лет. Всё меньше респондентов откликаются на потенциальную возможность видеть людей определённой этнической принадлежности среди членов своей семьи.

Медийная оппозиция «свои» – «чужие» определяет их как стигматизированную и дискриминируемую группу людей, оцениваемых однозначно в категории «угроза». Восприятие общественных стереотипов по отношению к себе, обобщающие оценочные суждения и удалённость от привычных культурных условий, – ключевые факторы, лишаящие мигранта социально-психологической безопасности и провоцирующие в нём ответную агрессию. Причины и последствия влияния данных факторов помогают обозначить **проблему** презентации в СМИ идентичности мигрантов, как социальной группы.

³ Ксенофобия и национализм. 2020. Levada.ru // URL: <https://www.levada.ru/2020/09/23/ksenofobiya-i-natsionalizm-2/>

На сегодняшний день изучение моделей манипуляции и стереотипизации в рамках межкультурного диалога является приоритетом для научного сообщества. Исследователь Г.У. Солдатова говорит о важности изучения психологической теории этнокультурной адаптации личности, но лишь косвенно затрагивает вопрос о том, возможно ли в условиях постоянных предубеждений реализовать себя как личность в новом, принимающем обществе⁴. В свою очередь Абельс Хайнц делает акцент на том, что смысловое строение социального мира основано на характере медиапрезентации⁵. Для самовосприятия важно положительное представление себя другим. Совместная научная работа В.К. Мальковой и В.А. Тишкова направлена на изучение СМИ как источника стереотипов о мигрантах.⁶ Негативное, сильно упрощённое, клишированное представление препятствует развитию общества, основанного на доверии. В настоящей дипломной работе предпринята попытка выявить, как инструменты создания медиаобраза влияют на взаимопонимание различных этногрупп или его отсутствие. О **новизне** исследовательской части работы говорит сравнительный анализ содержания контента отечественных СМИ с результатами социологического опроса среди россиян об отношении к мигрантам.

Объект нашего изучения – процесс освещения темы миграции в СМИ и её восприятие в массовом сознании. **Предмет** исследования – социально-психологические и этические механизмы презентации образа мигранта в СМИ.

Цель работы – изучить аспекты психологического воздействия контента миграционной тематики на ценностно-смысловой образ мигранта.

Для достижения цели исследования необходимо выполнить следующие **задачи**:

⁴ Психологическая помощь мигрантам: теория и практика : травма, смена культуры, кризис идентичности / Г.У. Солдатова. – Москва: Смысл, 2002. – 479 с.

⁵ Абельс Хайнц. Интеракция, идентичность, презентация. Введение в интерпретативную социологию. СПб.: Алетей, 2000. - 272с.

⁶ Малькова В.К., Тишков В.А. Культура и пространство: Образы российских республик в интернете. – М.: ИЭА РАН, 2009

1. определить и обосновать методы формирования в массовом сознании упрощённого представления о процессе миграции;
2. осуществить содержательный анализ публикаций на тему миграции;
3. выявить посредством социологического опроса актуальное отношение принимающего общества к процессу миграции;
4. проверить как эмоционализация дискурса СМИ о мигрантах программирует в сознании людей упрощённую и обобщённую оценку.

Автор работы полагает, что определённые эмоционально насыщенные метафорические приёмы усиливают общественное недоверие, препятствуют взаимной доверительной межкультурной коммуникации. Однако в итоге исследования удалось установить какой должна быть медиаповестка, чтобы в меньшей степени провоцировать у читателя чувство тревоги и социальной напряжённости.

В ходе проведения исследования было использовано несколько общенаучных **методов**, которые включают в себя теоретический анализ психологических источников по миграционной проблематике, содержательный анализ публикаций СМИ, классификацию, сравнение и описание. При изучении представления образа мигранта в сознании россиян были применены: метод сравнительного анализа, методика приписывания качеств, а также социологические методы опроса и интервью.

Теоретическую основу работы составили научные статьи социологов, антропологов и психологов (Н.Н. Трошина, В.Н. Титов, Г.У. Солдатова), а также учебные пособия по психологии журналистики и социальной психологии, этнопсихологии и конфликтологии (В.Ф. Олешко, И.Н. Блохин, Е.Е. Пронина, Т.Г. Стефаненко, А. Альфред). **Эмпирической базой** исследования послужил контент российских онлайн-СМИ: публикации интернет-изданий «Национальный акцент», «Сноб», «Новая газета», повестка информационных порталов «Вестник Мигранта», «МигрантМедиа.ру»,

заметки новостных сетей «Фонтанка», «Лента.ру», «Газета.SPb» и т.д. Автором намеренно были выбраны разноплановые эмпирические материалы. С целью выявления характера взаимного восприятия обеими сторонами, как «принимающей», так и «входящей», для анализа взята актуальная новостная повестка тематических источников («миграционные»: «Вестник Мигранта», «МигрантМедиа.ру») и массовых СМИ («Фонтанка» и «Лента.ру»). Изучены репортажные и повествовательные форматы как независимых медиа, контент которых не подразумевает контроль со стороны властей («Сноб», «Батенька да вы трансформер», «Новая газета», «Независимая газета»), так и ресурсов, вовлечённых в процесс пропаганды актуальной политической повестки («Парламентская газета», «Вести.ру», «РИА новости»). А также представлен разбор более масштабных публикаций качественной журналистики, основанной на примерах материалов «Коммерсантъ» и «Национальный акцент».

Отметим, что исследование прошло **апробацию** на 20-й Международной конференции «Медиа в современном мире. Молодые исследователи» (секция «Медиапространство Большой Евразии в эпоху глобальных вызов»), результатом которой стала публикация тезисов в сборнике по материалам конференции. Также результаты эмпирического анализа были представлены в рамках доклада «Психологические аспекты стигматизации мигрантов» на 23-й межвузовской студенческой научной конференции «Студент–Исследователь–Учитель» (секция «Вопросы социальной психологии») на базе РГПУ им. А.И. Герцена. Текст исследования будет представлен в сборнике научных статей после редактирования и вёрстки сборника.

Дипломная работа состоит из введения, гл. 1 и гл. 2, заключения, списка использованной литературы, списка анализируемых источников, а также приложения. Гл. 1 содержит структурный анализ исследований теоретиков и практиков международного научного уровня, опросов и мнений, повлиявших на укоренение обобщённого представления о причинах и последствиях

миграционного процесса в России. Гл. 2 составлена на основе практических примеров использования в СМИ приёмов для создания наиболее клишированного образа мигранта. Эмпирические данные главы включают соотношение влияния информационной повестки с результатами опроса о восприятии сегодняшней миграционной проблематики. В **заключении** мы сделаем вывод о возможностях СМИ формировать убеждения, настроения, нормы и ценности аудитории. Итогом работы будет ответ на вопрос: действительно ли потребление медиаобразов влияет на создание негативного социально-психологического фона. Таким образом, исследование поможет выявить причины того, что в перспективах глобального развития препятствует практике эффективного партнёрства.

Глава 1. Образ мигранта в массовом сознании

1.1 Феномен стигматизации и стереотипизации мигрантов как социально-психологическое явление.

Социальная и психологическая стигматизация отдельной личности в обществе, в значительной степени, является неконтролируемым процессом. Но мировым экспертам в области социологии, психологии и конфликтологии удалось изучить факторы, влияющие на степень усиления стигмы в массовом сознании. В рамках социологических явлений первым понятие «стигма» изучил И. Гофман. Американский социолог определил явление, как «некоторый атрибут, который сильно дискредитирует его обладателя в умах окружающих по сравнению с нормальным человеком»⁷. Стигмой называлась физическая отметина на теле человека низшего ранга, так называемое «клеймо» раба или преступника. Согласно исследованию американских учёных истории развития стигмы как социально-психологического явления, знак определял действия окружающих, предпринимаемые по отношению к его носителю: избегание контакта в связи со страхом за свою жизнь и угрозой возможного заражения⁸. Выявление механизмов процесса позволяет изучить дальнейшую стратегию негативного воздействия на поведение общества.

В связи с глобализацией миграционного процесса такое социальное явление как стигматизация трансформировалось до новых масштабов⁹. Стигматизированная и стереотипизированная модель дискриминации мигрантов в современном российском обществе препятствует развитию идеологии поликультурного общества. «Клеймение» прибывших людей с «багажом» индивидуальных культурных и поведенческих традиций, становится причиной социального разобщения, расслоения общества, деления

⁷ Goffman I. Stigma: notes on the management of spoiled identity, N.Y.: Simon and Shuster, 1963

⁸ Major B., O'Brien L.T. The social psychology of stigma // Annual Review of Psychology, 2005, vol. 56, p. 393-442.

⁹ Мельникова А.А. Взаимодействие культур: миграционные процессы и их негативные эффекты // Контуры будущего в контексте мирового культурного развития. XVIII Международные Лихачевские научные чтения. 2018. С. 439-440.

коллективного бессознательного на модусы «свой» и «чужой»¹⁰. Согласно исследованию психологии адаптации Т.Л. Смолиной и А. А. Мельниковой, искоренение из сознания общественного поведения стигмы «мигрант» путём преобразования интеграционной политики может повлиять на укрепление взаимовыгодных и доверительных отношений с данной социальной группой: снизить рост уровня преступности, возрастающего на почве этнической дискриминации, и избежать ситуаций ущемления прав мигрантов, возникающих на этапе трудоустройства.

Динамика процесса стигматизации, в рамках современных установок, характеризуется тем, что при взаимодействии какая-то отличительная черта или непривычная для коллективного восприятия социальная функция индивида выделяется в принадлежащую им характеристику¹¹. Например, под влиянием СМИ отдельным этническим группам мигрантов могут приписывать возможности, определение которых ограничено наиболее распространённым убеждением. Таким образом, в призме общественных оценок таджик этнически приспособлен только к низкоквалифицированным работам, а чеченец способен решать конфликт только путём насилия.

Следующий этап – стереотипизация. Явление негативного характера, в ходе которого носитель обозначенного ярлыка становится обладателем нежелательных качеств, которые соотносятся чаще с особенностями стигмы и не присущи самому индивиду. Так, в исследовании М. Биернат и Дж. Довидио отмечено, что стереотип – отдельный устоявшийся образец мышления, но он становится частью процесса стигматизации в том случае, если сторона, которая воспринимает стигму, не просто негативно реагирует на носителя стигмы, а при этом руководствуется использованием набора характеристик¹². Иначе говоря, при дополнении одного процесса (стигматизация) другим

¹⁰ Смолина Т.Л., Мельникова А.А. Психология кросс-культурной адаптации. СПб.: Скифия. 2017. 304 с.

¹¹ Мельникова А.А. Язык и социально-культурная реальность // Социальная психология сегодня: наука и практика. СПб.: СПбГУП., 2011. С. 72-73.

¹² Biernat M., Dovidio J. Stigma and stereotypes // The social psychology of stigma / Eds. by T. F. Heatherton, R.E. Kleck, M.R. Hebl, J.G. Hull. N.Y.: Guilford, p. 88-125.

(стереотипизация) удаётся сформировать систему аргументов. Людям, в попытке объяснить и оправдать негативное отношение к индивидам с навешанными социальными «ярлыками», нужно рационализировать дискриминацию по отношению к ним. Например, в СМИ, в том числе на каналах электронных форматов, визуальное сопровождение освещения миграционной проблематики чаще всего дополняется фотографиями рабочих. Формируя у читателей убеждение о том, что мигранты могут работать только чернорабочими, потому что на территорию России они чаще всего пребывают в качестве трудового подкрепления, и это люди не владеющие русским языком и не имеющие профессиональной квалификации. В рамках общественной неприязни можно подумать, что все мигранты имеют неопрятный внешний вид, так как все они зарабатывают физическим трудом, живут коллективно и не имеют нормальных условий для соблюдения личной гигиены.

Стереотипы формируют систему социальных отношений. Н.Н. Трошина характеризует стереотипизацию, как «сильно упрощённые, клишированные представления, с помощью которых осуществляется категоризация предметов и явлений и даётся заранее запрограммированная их оценка»¹³. Основная функция стереотипа разделить мир на две наиболее понятные категории «знакомое» и «незнакомое». Как «незнакомое», а значит, «потенциально опасное», чаще всего воспринимают ту социальную общность, которая отличается по внешним, поведенческим и культурным признакам.

Принимая во внимание существующие социальные установки, отмеченные в работе Т.Г. Скребцовой, удалось выделить следующие основные составляющие стереотипа «мигрант»¹⁴:

1. имеет неряшливый внешний вид;
2. преимущественно представитель территорий Кавказа или Средней Азии;

¹³ Трошина Н.Н. Тема национально-культурной идентичности в дискурсе масс-медиа // Этнокультурная специфика речевой деятельности: Сб. обзоров. М., 2000.

¹⁴ Скребцова, Т. Г. (2007). Образ мигранта в современных российских СМИ. Политическая лингвистика, (23), 115-118.

3. переносит опасные заболевания (туберкулез, ВИЧ);
4. не имеет образования и профессиональной квалификации;
5. преимущественно работает в качестве чернорабочего;
6. плохо знает русский язык;
7. не уважает «наши» правила поведения, обычаи и культуру;
8. берётся за любую работу, даже самую тяжёлую и грязную, готов трудиться за многократно меньшую заработную плату и получать деньги через «чёрную» кассу;
9. вытесняет русских с рынка труда и способствует снижению уровня их зарплаты;
10. склонен к коллективизму и сплочённости, что приводит к формированию этнических криминальных группировок;
11. создаёт острейшие социальные проблемы, обостряя обстановку в российских городах и сёлах;
12. способствует оттоку денег в страны СНГ, тем самым способствуя росту национальных экономик и нанося финансовый ущерб.

Стереотипы как правило значительно проще, чем отражаемая ими реальность. Анализируя наиболее распространённые стереотипы, стоит начать с того, что чаще всего люди обходят стороной реальные факты и стереотип становится утрированной действительностью.

Во-первых, в контексте обобщённого социального образа, формируемого в СМИ, мигранту присуще быть ограниченным в материальных благах и средствах, быть зависимым от сторонних обстоятельств. Из-за чего первый, отмеченный Т.Г. Скребцовой пункт, подразумевает, что обобщённое представление говорит о том, что абсолютно все мигранты слишком много работают, живут многолюдными группами, у них не хватает средств на полноценные жилищные условия и гигиену. Н.П. Суходольская полагала, что «проявление наиболее распространённых социальных стереотипов в обществе их носителями сопровождается

негативными эмоциями: чувством антипатии, ярко выраженной неприязни, гнева, отвращения, презрения, комплексно трансформирующимися в общую нетерпимость по отношению к тому или иному объекту, вызвавшему эмоции»¹⁵. Действительно, существует наиболее привычный образ трудового мигранта – работающего на стройке. Такое представление о рабочих условиях создаёт ощущение беспорядка вокруг, в такой атмосфере сложно сохранить образ опрятного человека.

Во-вторых, россияне, говоря о мигрантах, склонны к воспроизведению агрессивного и небрежного образа человека кавказской или среднеазиатской национальности, имея в виду таджиков, чеченцев, узбеков, аварцев, киргизов и т.д. Это напрямую связано с тем, что в информационном поле российских СМИ мигрант демонстрируется прежде всего через посредство этнических предубеждений. Нередко трактовка этнических стереотипов провоцирует создание образов, основанных на негативных эмоциях. Россияне, в сознании которых доминируют стереотипы, вовсе не идентифицируют человека по его этнической принадлежности и формируют негативную оценку всех представителей кавказских и среднеазиатских национальностей. Удивительно, что для некоторых свойственно относить к социальной группе мигрантов всех, кто обладает ярко выраженным внешним отличием от облика представителей славянской национальности. Это относится даже к тем, кто проживает на территории во втором поколении. Это подтверждают результаты эмпирического исследования О.А. Лиценберг: «Более половины всех опрошенных считают, что необходимо ограничить приезд мигрантов прежде всего из Таджикистана, Узбекистана, Киргизии, Азербайджана и Китая. У многих респондентов превалировало стремление к унификации («нам никто не нужен»). Большинство опрошенных оказались не способными к дифференциации мигрантов по этнокультурным маркерам («никого не

¹⁵ Суходольская Н.П. Социальный стереотип в жизнедеятельности людей: дис.канд. философ. наук. - М., 2009. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/197419885.pdf> (дата обращения 29.04.2021)

пускать»»¹⁶. Следовательно, можно сделать вывод о том, что стереотип о «нашествии народов с гор» основан на неумении отличать одну народность от другой. Таким образом, мигрантофобия обусловлена не только социальными, но и этническими стереотипами.

В Российской Федерации получение мигрантом патента, дающего право на работу, возможно при условии прохождения медицинского обследования. Согласно статье 7, в которой перечислены все основания для отказа в выдаче разрешения на временное проживание, указано, что полноценное пребывание на территории России, получение всех социальных благ и патента на работу, невозможно без сертификата об отсутствии ВИЧ¹⁷. Иначе говоря, легально трудоустроиться может только мигрант имеющий ВИЧ-отрицательный статус. С учётом того, как в информационной медиаповестке акцентировано внимание на «нелегалах», всех мигрантов, вынужденных по разным причинам устраиваться на рабочее место, где не предоставляют официальное трудоустройство, воспринимают как тех, кто ухудшает санитарно-эпидемиологическую обстановку. Это приводит к тому, что вместо развития национальной безопасности в сфере защиты здоровья российского населения усиливается тревожность по поводу национальной угрозы. В работе О.В. Демиховой, О.Б. Нечаевой отмечено, что «все иностранные граждане подлежат обязательному медицинскому освидетельствованию на сифилис, туберкулез и ВИЧ-инфекцию, в отличие от граждан РФ, и это может отражаться на показателях заболеваемости»¹⁸. Так как мигрантов проверяют в обязательном порядке, среди этой социальной группы заболеваемость

¹⁶ Лиценберг О.А. Миграция и Этнические Стереотипы (По Материалам Социологического Исследования в Саратовской Области) Вестник Поволжской академии государственной службы. 2014. №4(43)

¹⁷ Федеральный закон от 25.07.2002 N 115-ФЗ (ред. от 24.02.2021) «О правовом положении иностранных граждан в Российской Федерации»

¹⁸ Демихова О.В., Нечаева О.Б. Вопросы доступа мигрантов к мероприятиям по раннему выявлению, диагностике, профилактике и лечению туберкулеза и туберкулеза, сочетанного с ВИЧ-инфекцией в странах СНГ. Аналитический обзор. — М., 2016. — 66 с. [Электронный ресурс]. URL: <http://mednet.ru/images/stories/files/CMT/migranty.pdf> (дата обращения 4.05.2021).

фиксируется чаще и регулярнее, чем у местных россиян. Из этого следует, что стереотипизируя мигрантов как распространителей инфекций, представители коренного населения подвергают себя только большему риску.

Стереотипы в отношении мигрантов свидетельствуют о том, что их воспринимают преимущественно, как малообразованных, неграмотных и плохо говорящих на русском языке людей из-за того, что информационная повестка демонстрирует обобщённый образ низкоквалифицированного, неграмотного, не способного «русским языком» изложить своё видение ситуации. Это объясняется тем, что информация о мигрантах, как о социальной группе, преподносится в СМИ однобоко. Тема миграции характерна для рубрик, в которых СМИ освещают аспекты социальной проблематики. В новостной повестке, наиболее актуальной для большего числа россиян, фигурируют распространённые образы (чернорабочие, нарушители, преступники), которых легче идентифицировать, как не знающих правил этики и морали, следовательно, – не образованных. В СМИ о мигрантах говорят конкретнее и одностороннее, чем о представителях коренного населения. Они являются отдельной социальной группой, которая выделяется на фоне объединённого общества россиян. Н.В. Мкртчян и Ю.Ф. Флоринская отмечают, что «лиц с неполным средним, начальным образованием и не имеющих образования среди мигрантов меньше, чем среди населения России, во всех возрастных группах. Видимо, люди с совсем низким уровнем образования редко вовлекаются в миграцию, или имеют сравнительно мало шансов пополнить население России как долговременные мигранты»¹⁹. Следовательно, формируя в сознании стереотип о том, что все мигранты безработные или неквалифицированные работники, и что «таким не место в российском обществе», негативно настроенный на глобализационный и мультикультурный прогресс коренной житель не допускает мысль о том, что

¹⁹ Florinskaya Yulia and Mkrтчyan Nikita, *Международная Миграция в России: Квалифицированная Составляющая (International Migration in Russia: A Qualified Component)* (February 12, 2018). Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3122954> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3122954>

среди таких же коренных соотечественников необразованного населения в разы больше.

Стереотипизации и стигматизации в СМИ наиболее часто подвергаются кавказцы. Именно их оценивают в первую очередь, как навязчивых и агрессивных. Это отражено в работе А.У. Качмазовой: «гетеростереотипы отражены в сознании русских по отношению к кавказцам: кавказцы, которые покидают свою республику/страну, тут же напрочь забывают о культуре поведения; кавказцы шумят, громко разговаривают; начинают по-хамски себя вести»²⁰. Кавказца идентифицируют по ряду следующих наиболее распространённых характеристик: вспыльчивые, воинственно настроенные к представителям других национальностей, когда они по одному – это обычные люди, но если их больше четырёх, то их следует опасаться. Однако, результаты эмпирического исследования Я.В. Ракачевой отражают иное отношение россиян к представителям кавказской национальности: «Для респондентов культурные нормы и ценности кавказцев либо представляют собой загадку и непостижимы, либо достойны уважения и признания»²¹. Из этого следует, что общество осознаёт, что кавказцы, как объединение национальностей и народностей, обладают особой, принципиально отличной культурой, уникальными обычаями и традициями, причём зачастую противопоставляют себя окружающим на этом основании. Россияне уважают их культуру и боятся их коллективности.

Чтобы укрепить собственную социальную идентичность и обезопасить условия сосуществования на одной территории, коренные жители поддерживают процесс создания социальных и этнических стереотипов, связанных с приезжими мигрантами. Сформировать информационную повестку, в основе которой будет лежать убеждение, что мигранты «лезут в

²⁰ Качмазова, А. У. Когнитивные механизмы этностереотипизации «своих» и «чужих» / А. У. Качмазова, Т. Ю. Тамерьян // Политическая лингвистика. – 2014. – № 4(50). – С. 298-305.

²¹ Ракачева Я.В. «Кавказцы» в российском регионе формирование стереотипного образа и преодоление предубеждений // Общество: социология, психология, педагогика. 2012, № 2

чужой монастырь со своим уставом», – значит убедить общественность и самих приезжих, что они здесь «чужие».

СМИ демонстрируют предприимчивое поведение мигрантов, которые развивают самостоятельное дело, основываясь на объяснении утилитарных мотивов. Несмотря на то, что принцип извлечения прибыли при условии минимальных возможностей универсален абсолютно для каждого независимо от этнической или социальной принадлежности. Это доказывает суждение, приведённое В.Н. Титовым: «занимаясь предпринимательской деятельностью, представитель той или иной иммигрантской общности не отличается чем-либо принципиально от других этнических групп, он реализует одинаковую для всех стратегию максимизации выгоды и минимизации издержек только в особо жёстких условиях институциональных ограничений среды»²². Следовательно, восприятие формируется так, что если мигрантам сложнее, значит пути самореализации им свойственно выбирать те, что юридически проще – нелегальный заработок, ограбления, контрабанда и т.д. Например, редкий журналист напишет о том, как успешно развивается предпринимательское решение открытия собственной точки продажи сухофруктов недавнего узбекского мигранта. Зато журналистам свойственно не упускать горячий сенсационный инфоповод о том, что в пакетах из-под фруктов хранились наркотики.

Укрепление стереотипов приводит к тому, что приписанные характеристики становятся принципами взаимодействия с мигрантом не только как с членом социальной группы, но и как с отдельной личностью. Согласно социально-психологическому исследованию И.В. Абакумовой и А.В. Гришиной: «основной поток сведений о внешнем мире субъект получает через средства массовой информации, которые не только сообщают о том, что происходит вокруг, но и распространяют модели, общественные нормы, служащие образцом при формировании человеческих отношений, ценностей

²² Титов В.Н. О формировании прессой образа этнического иммигранта (взгляд социолога) // Социологические исследования. 2003. № 6. С. 42.

и интересов, определяющих образ жизни индивида в целом»²³. Сегодняшние СМИ – мощнейший манипулятивный механизм, который задаёт условный вектор взгляда на мир, на общественную группу и на отдельную личность в этой группе.

В массовом сознании конструируется ложная пирамида информационных потребностей, искажённое представление об окружающей действительности и, что наиболее значимо, нежелание ничего решать и делать самому. Поэтому СМИ формируют перечисленные ранее стереотипы с целью упростить процесс социальной детерминации. Как следствие, презентация мигранта, как самостоятельной личностной единицы, отдельно от контекста, определяющего его преимущественно, как члена социальной группы – большая редкость.

Это связано с ещё и с тем, что чаще всего журналисты не являются специалистами в научных областях вроде этнологии или конфликтологии, что ограничивает понимание корректного использования этнических статусов и социальных концептов. В.Н. Титов полагает, что «в “поле” журналистики сложились определённые правила представления материала, диктующие недопущение неэмоциональных, неметафорических, излишне усложненных терминов»²⁴. Такие публикации интерпретируются аудиторией преимущественно, как оппозиционная категория «мы – они». Так как «они» по некоторым реально наблюдаемым и по каким-либо искусственно созданным негативным признакам отличается от представителей коренного населения, то «они» потенциально опасны. Здесь уместно вспомнить теорему У. Томаса: «событие, определяемое как реальное, становится реальным по своим последствиям»²⁵. Следовательно, мигранты оправдано отвечают злом на зло.

²³ Абакумова И.В., Гришина А.В. Образ мигранта в отечественных СМИ: особенности ценностно-смыслового восприятия в молодежной среде // Российский психологический журнал. 2011 Том 8 № 1. С. 9.

²⁴ Титов В.Н. О формировании прессой образа этнического иммигранта (взгляд социолога) // Социологические исследования. 2003. № 6. С. 42.

²⁵ Social Behavior and Personality. W.Thomas' contribution in social theory. N.Y., 1951. P. 81.

Иначе говоря, негативно настроенное местное население самостоятельно конструирует обстановку социальной напряжённости, навешивания на мигрантов ярлыки и стереотипные представления. Если социальную группу определять исходя из предубеждений другой антагонистической группы, ориентируясь на массовые оценочные категории, то с целью защиты она будет стремиться выстраивать ответные закономерные механизмы взаимодействия. Иначе говоря, мигранты будут представлять социальную опасность до тех пор, пока их относят к категории «социальная опасность».

1.2 Анализ принципов создания медиатекстов о мигрантах, как об уязвимой категории населения

Известно, что главным инструментом журналиста является слово. От того, как автор будет излагать тезисы текста зависит общий смысл материала и истинность собранных данных. В.Н. Бузин в своей научной работе подтверждает, что тексты средств массовой информации искажают картину объективной реальности, распространяя только те сведения, которые их авторы считают значимыми²⁶. Отсюда ясно, что освещение определённой темы способствует формированию субъективной и пристрастной точки зрения. Это создаёт в сознании читателя нерушимый образ действительности.

Читатель журналистских материалов ассоциирует мигранта, в первую очередь, с человеком, чьё бедственное положение заставляет его заниматься только тяжёлым физическим трудом. В своей научной статье В.В. Комаровский подчёркивает: «самым распространённым приёмом создания собирательного образа мигранта является введение в медиа дискурс стереотипных представлений, метафор, приписывание определенных социальных ролей и статусов»²⁷. Также из-за того, что в материалах СМИ часто обобщается единый образ трудового мигранта, аудитория воспринимает

²⁶ Бузин В.Н. Медиапространство в структуре социального пространства // Социум и власть. Челябинск, 2012. №2(34) С. 13.

²⁷ Комаровский В.В. // Транснациональные миграции и современные государства в условиях экономической турбулентности: сб. науч. статей / РАНХ и ГС. М.: ИД «Дело», 2016, с.145-165.

упоминание этой темы, как рассказ о «нелегалах», вовлечённых в разные экстремистские организации. Когда журналист подчёркивает изнуряющие условия жизни, аудитория видит героя, как социально ограниченную личность.

Сложность привлечения внимания к проблемам мигрантов в российских медиа заключается в частом явлении социолингвистических факторов психологического характера. Это сказывается на том, что представление о героях текста получается обобщённым, основанным на едином восприятии всех людей, относящихся к этой категории. Социальные условия, в которых находятся мигранты и беженцы, привели к тому, что журналисты неосознанно внедряют в свои тексты этностереотипы.

Использование определённых слов может привести к тому, что журналист некорректно интерпретирует ситуацию. Обобщение стало проблемой для привлечения внимания читателей медиасферы, так как в журналистских текстах всё чаще встречается размывание форм её выражения. Это является главной причиной дегуманизации современных СМИ. В.В. Хорольский отмечает, что дегуманизация СМИ является следствием процесса размывания социально обусловленных границ. Это вызвано «глобализацией массмедиа, приводящей к унификации медийного стандарта, что порождает новые, подчас неожиданные, формы массовой культуры»²⁸. Дегуманизация в тексте – это ситуация, в которой автор говорит об отдельной социальной группе. В случае беженцев, события рассказываются не как о героях материала, а как об условной стихии. Задача дегуманизирующей лексики представить миграцию, как природный катаклизм, который сносит всё на своём пути и разрушает жизнь людей. Изучая общий контекст материалов СМИ, внимание привлекает обезличенность их образа. В.И. Дятлов отмечает, что «общий образ принимающей мигрантов страны

²⁸Хорольский В.В. Гуманизм и дегуманизация в западных СМИ: Противоречия объективизма // Гуманизация информационного пространства в контексте диалога культур: материалы междунар. науч.-практ. конф., посвящённой 80-летию Ф. Агзамовой. Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2016. С. 218.

выступает в роли "благодетеля", "кормящей мамы", в то время как мигранты, наоборот, обезличиваются, предстают в виде некой неодушевленной массы: миграционный поток/приток/отток, рабочая сила/руки, миграционный бум/взрыв»²⁹.

Это вызывает чувство тревожности и угрозы. Это доказывают тезисы статьи С.И. Сметаниной: «автор отражает свою позицию в тексте, усиливая её конкретными «речевыми структурами», которые узнаваемую форму субъекта повествования»³⁰.

Следующее частое явление, которое осложняет эффективность в привлечении внимания к проблемам мигрантов – чрезмерный драматизм. То, что о мигрантах и беженцах пишут, как о жертвах – следствие попытки сподвигнуть людей к благотворительности. Согласно исследованию Л.И Кирсановой и О.А. Коротинной, если по масштабу событие не дотягивает до катастрофичности его необходимо усилить средствами информационного давления, включением очевидцев, свидетелей, криками и репликами, постановочной картинкой, тяжёлым словом и т.д.³¹. Материалы о мигрантах и беженцах часто сводятся к описанию трагической судьбы, трудностей тяжкого труда и несоизмеримой ни с чем утраты близких или дома. Чаще всего это описание ситуации, которая никаким героем дословно не будет рассказана. Но употребление в тексте детального описания трагедии и жестокости способствует эмоциональному воздействию на читателя. Вероятность того, что люди действительно поделятся фактами о трагических эпизодах пережитого горя – небольшая.

²⁹ Дятлов В.И. Трансграничные миграции и принимающее общество: механизмы и практики взаимной адаптации: монография / науч. ред. проф. В. И. Дятлов. – Екатеринбург. Изд-во Урал. ун-та, 2009. – 396 с.

³⁰ Сметанина С. И. Медиа-текст в системе культуры: Динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века. СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2007 376 с.

³¹ Кирсанова Л.И и Коротина О.А Драматизация информационного сообщения как способ формирования общественного мнения // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. 2009. С – 2.

М.М. Дуйсенбекова в своей работе приводит данное В.Г. Крысько определение этнических стереотипов, рассматривая их как схематизированный образ своей или чужой этнической общности, который отражает упрощенное (иногда искаженное или неточное) знание о психологических особенностях и поведении представителей конкретного народа, на основе этого складывается устойчивое и эмоционально окрашенное мнение одной нации о другой или о самой себе³².

Миграция тесно связана с проблемами культурной и личностной адаптации, в процессе которых значимую роль играют СМИ. Посредством СМИ этнические мигранты формируют собственное представление о нормах взаимоотношений и культурных стандартах в принимающей среде. Ввиду тревожной повестки в отношении процесса миграции группы мигрантов демонстрируют ответные социальные реакции: конформизм, ретреатизм и даже бунт. И.Н. Блохин, анализируя влияние СМИ на процесс адаптации мигрантов, вводит такое понятие, как «этническая депрессия»³³. Автор говорит о том, что конформистская группа мигрантов, которая не находит отклик, пытается адаптироваться без упоминания собственной этнической идентичности в прессе. Такая остранимая группа в меньшей вероятностью будет стремиться консолидироваться с представителями коренного населения.

Возникновение этнических стереотипов тесно связано с шаблонным представлением жизни всех представителей уязвимой категории населения. Исследователь говорит о формировании у пользователей каналов СМИ предубеждений, основанных на национальной принадлежности. Медиа придерживаются того же сценария, конструируя социальную роль мигранта. Описание схематизированного отношения к ним: читай, сострадай, жалей, помогай. Для реализации последнего действия требуются сильные аргументы. Но журналисты не учитывают тот факт, что приукрашивать и преувеличивать

³² Дуйсенбекова М. М., Данилова М.В. Негативные этнические стереотипы подростков как психолого педагогическая проблема // Молодой учёный. Казань, 2014. №1 (60). С. 522.

³³ Блохин, И. Н. Журналистика в этнокультурном взаимодействии : учебное пособие / И. Н. Блохин. — Санкт-Петербург : СПбГУ, 2013. — 198 с.

– то же самое, что исказить истинный посыл героя. Иногда и вовсе прибегают к нарушению правил этики в написании текста.

Способ и форма подачи информации, конкретные слова текста влияют на восприятие общего смысла. Сравнения, ругательства и другие неэтичные и некорректные слова вызывают определённые ассоциации, которые влияют на то, как люди воспринимают ту или иную социальную группу. В отношении мигрантов и беженцев часто употребляются такие слова как «нелегалы» или «гастарбайтеры». СМИ допускают написание националистической, антисемитской, расистской лексики. На просторах интернета есть неэтичные формы описания некоторой национальной принадлежности: «кавказцы», «хачи», «чурки». Эта ошибка, допускаемая СМИ, – явление стигмы в формате стигматизирующей лексики. Если ориентироваться на понятие «стигматизирующая лексика», то важно отметить, что это определение не изучено. Перечисленные выше примеры определяют эти виды слов, как неумышленное намерение СМИ маркировать людей определённой социальной группы.

Несмотря на попытки ООН и всего мирового сообщества донести до населения земли необходимость преобразований в миграционной политике, международные конфликты провоцируют людей на проявление интолерантности. Сегодня антимиграционное настроение, сформированное отчасти под действием медиа, представляет собой суровую реальность. СМИ прибегают к пропаганде откровенно националистической позиции героев материала. Также медиа активно освещают митинги и акции протеста. Ложное изложение фактов, привлечение внимание, побуждение людей к навязанной благотворительности привело к тому, что люди стали воспринимать мигрантов исключительно в контексте угрозы.

Глава 2. Тема миграции в современных российских СМИ

2.1 Использование приёмов психологической манипуляции в материалах СМИ.

Задача миграционной политики страны – предпринять меры, направленные на урегулирование межнациональных конфликтов, способствовать поиску «общего языка» между мигрантами и коренным населением. Сегодня территорией для эффективной реализации поставленной задачи является медиaprостранство. Особое внимание стоит обратить на функции: объяснение и интерпретация. Проблема адаптации мигрантов и беженцев в новой для проживания стране тесно связана с информационной повесткой. Зачастую СМИ несут ответственность за то, что в привычном контексте привлечение внимания к миграционным вопросам провоцирует панику и беспокойство. Медиа выстраивают информирование с помощью закономерных установок, которые в дальнейшем закрепляются в сознании массовой аудитории.

От медиаформатов зависит социальный контекст. Для того, чтобы установить характер взаимного оценивания, сформировавшийся между принимающим населением и приезжими мигрантами, мы обратилась к анализу содержания материалов СМИ.

С целью выявления повсеместных манипулятивных приёмов в отношении этнических мигрантов был проведён качественный анализ содержания публикаций СМИ разных форматов и жанров. В процессе написания настоящего исследования изучены тексты таких медиа как «Национальный акцент», «МигрантМедиа.ру», «Сноб», «Лента.ру», «Новая газета», «Вести.ру», «Независимая газета», «Коммерсантъ» и т.д. Все перечисленные издания по-своему отражают актуальный социальный контекст. Ряд тематических изданий отвечает в первую очередь интересам мигрантов, как социальной группы, объединённой общими обстоятельствами. Массовые новостные СМИ отвечают на потребность быть в курсе актуальной ситуации во всём мире. Каждый из выбранных ресурсов так или иначе

затрагивает тему миграции. Анализируя отдельно взятые тексты, автор отвечает на вопрос: «какой вектор развития взглядов задают СМИ?»

Подробный анализ подразумевает разбор интернет-материалов и практическое обоснование ошибочно выбранных механизмов для репрезентации образа мигранта: манипуляция, установка шаблонов и стереотипов, неуважительное и неэтичное отношение к герою текста. Реализация исследования началась с анализа информационной повестки, ежедневных новостей, в которых периодически фигурировали слова «мигрант» и «миграция». Анализ некоторых характерных особенностей текстов этой тематики выявил, что разъяснение неприятия должно начинаться с объяснения скрытой пропаганды в материалах СМИ.

Чаще всего в новостных заметках встречается употребление слов, которые связывают проблему миграции со стихийным бедствием. Живых людей олицетворяют как проблему, с которой необходимо бороться. Несмотря на то, что природный катаклизм подразумевает разрушение, журналисты из раза в раз употребляют слова «волна», «поток» и «наплыв». В этом случае СМИ используют слова, возбуждающие эмоции («экспансия», «вторжение», «оккупация»), что с точки зрения психологии провоцирует паническо-алармическое настроение. Особенно это характерно для «ярких» заголовков, в которых могут встречаться такие понятия как «вторжение», «нашествие», «полчища», «жёлтая волна» и т.д. Для примера обратимся к некоторым характерным публикациям онлайн-портала государственного канала «Вести.ру». С этого источника было взято две новостные заметки, в которых освещают миграционный процесс: тексты, опубликованные в 2018 и, более актуальный, в 2021 году. В отношении мигрантов, как «неконтролируемых захватчиков» в текст была внедрена следующая коннотация: «Ведь больше всех про *вторжение* мигрантов рассказывал их главнокомандующий»³⁴. Что

³⁴ Мигранты из Гондураса штурмуют границу с США, а Трамп молчит // Вести.ру: интернет-изд. 2018. 15 нояб. URL: <https://www.vesti.ru/article/1448862> (дата обращения: 6.05.2021).

касается вынужденных мигрантов, их определили в тексте следующей публикации, как «*полчища* беженцев – на низком старте»³⁵. Стоит отметить, что тревожная повестка о «мигрантах-захватчиках» в контексте провластного СМИ характерна для освещения ситуации в Америке. Следует предположить, что такая модель повествования выбрана неслучайно. Массовый читатель будет воспринимать подобное воздействие на подсознание, как стимул для формирования общей категории «опасность» одинаково и в отношении сторонних мигрантов и применительно к странам, представляющим политических соперников.

Слова «поток», «волна», «наплыв» и т.д. имеют стихийный лексический характер. Грамотная формулировка согласованных словосочетаний невозможна, если согласованное определение имеет одушевлённый характер. Иначе говоря, слово «поток» лучше употреблять в контексте водной стихии – «поток дождя», «поток воды» или же «поток слов». Но словосочетания «миграционная волна», «поток людей», «наплыв мигрантов», утвердили своё положение в новостном информационном поле, стали привычными для восприятия массового читателя. Использование этих оборотов не только провоцирует в сознании тревогу перед лицом «стихии», но и обезличивает одушевлённый объект публикации. Поэтому такие слова составляют группу наиболее часто допускаемых редакционных ошибок лексического и этического употребления. Это доказывает заголовок интернет-материала на сайте издания «Новая газета». Заголовок гласит: «Греция усилила контроль на границе с Турцией после отказа Анкары сдерживать *поток* беженцев»³⁶.

Следующий пример также имеет характер политически значимого контента: на сайте издания Федерального собрания «Парламентская газета» представлено интервью журналиста Александра Собина с политологом

³⁵ Байден потерял контроль над границей // Вести.ру: интернет-изд. 2018. 15 нояб. URL: <https://www.vesti.ru/article/2539366> (дата обращения: 6.05.2021).

³⁶ Греция усилила контроль на границе с Турцией после отказа Анкары сдерживать поток беженцев // Новая газета: интернет-изд. 2020. 29 фев. URL: <https://novayagazeta.ru/news/2020/02/29/159430-gretsiya-usilila-kontrol-na-granitse-s-turtsiey-posle-otkaza-ankary-sderzhivat-potok-bezhentsev> (дата обращения: 6.05.2021).

экспертно-аналитического центра «Валдай». Цитируя слова политика, автор ставит в заголовок текст со сравнением мигрирующих беженцев с «бомбой замедленного действия»³⁷. Обличать такие распространённые приёмы стоит для того, чтобы предотвратить частое использование вводных метафор, выделяющих мигрантов, как категорию неконтролируемых людей. В исследовании намеренно приведены примеры резонирующих кликабельных заголовков, усиливающих при этом повод для тревоги и социальной неприязни. Эти явные примеры способны провоцировать у читателей панику и беспокойство, дискриминировать мигрантов, из-за того, что они – автоматически потенциальная угроза физической и психологической безопасности.

В заголовках чаще всего звучат эмоциональные интонации. Эмоции – часть журналистской системы оценочности миграционной проблематики. Как правило, существует два психологических вектора выстраивания социальной оценки. Во-первых, это отторжение и отвращение в отношении мигрантов, оказавшихся в тяжёлых условиях выживания или маргинальном положении. Они в призме массового восприятия представляют собой опасность, приумножая вокруг себе подобных – «осквернителей» территории России. Здесь важно вспомнить упомянутое ранее слово, относящееся к эмоционально-оценочной лексике, – «полчища». С целью вызвать у читателя спектр эмоций, коррелирующих с чувством отвращения и угрозы, журналист новостной повестки петербургского медиа «Фонтанка.ру» говорит о мигрантах в одном контексте с крысами и прочими настоящими вредоносными вредителями: «Крысы, клещи, собаки и нелегальные

³⁷ Александр Рар: Беженцы при пандемии — это бомба замедленного действия // Парламентская газета: интернет-изд. 2020. 23 мая. URL: <https://www.pnp.ru/politics/aleksandr-rar-bezhency-pri-pandemii-eto-bomba-zamedlennogo-deystviya.html>

мигранты...»³⁸. Новостное медиа «Фонтанка.ру» не отличается качественной журналистикой. Освещая тему миграции, журналисты не гнушаются применять абсолютно неэтичный контекст. Для этого издания особенно характерно концентрировать внимание на том, что «мигрант», как социальный объект, обособлен от общества. Например, в недавней новостной публикации журналисту видимо было необходимо выделить, что участником конфликтного инцидента был мигрант: «Двух сотрудников ГИБДД задержали в Петроградском при получении взятки от водителя-мигранта»³⁹. Таким образом авторы задают эмоциональную тональность восприятия мигрантов и миграции в целом, провоцируя опасливость и тревогу.

Во всём разнообразии способов увеличить накал эмоций нужно отметить частые конфликты в комментариях. Журналисты, создавая такие резонансные материалы, провоцируют пользователей высказывать свою негативную интерпретацию конфликта. Это позволяет участникам агрессивно речевого взаимодействия укреплять в собственном сознании стереотипы и клишированные установки о мигрантах.

Говоря о втором, противоположном векторе оценочности, стоит отметить, что также как неприязнь, журналисты выбирают стратегию сочувствия и сострадания бедственному положению мигрантов, которые воспринимаются преимущественно как жертвы сложных обстоятельств. Характерный приём – эмоциональное давление на читателя при использовании излишне драматических деталей. Повествование о трагических обстоятельствах, с которыми пришлось столкнуться мигранту представлено именно так, чтобы вызвать у читателя чувство глубокой жалости. Это публикации, которые написаны настолько драматично, что могут вызвать

³⁸ Крысы, клещи, собаки и нелегальные мигранты... // Фонтанка.ру: интернет-изд. 2005. 13 сен. URL:

<https://www.fontanka.ru/2005/09/13/149111/?shareRecordImage=f387a991595fb4d661f317bfeac3e54d> (дата обращения: 7.05.2021)

³⁹ Двух сотрудников ГИБДД задержали в Петроградском при получении взятки от водителя-мигранта // Фонтанка.ру: интернет-изд. 2021. 21 янв. URL: <https://www.fontanka.ru/2021/01/21/69713691/> (дата обращения: 7.05.2021)

сомнение в истинной достоверности изложенных фактов. Один из подобранных примеров – текст Виктории Рипа с сайта российского независимого общественно-публицистического интернет-издания «Батенька, да вы трансформер»⁴⁰. Это истории двух мигрантов, вынужденных «бежать» из своей страны из-за социальных предрассудков. Героиня второй части материала – девушка, столкнувшаяся с неприятием в семье её трансгендерности. Можно подумать, что основная идея текста не обратить внимание на явный факт дискриминации, а вызвать жалость к героине истории. Текст основан на том, что девушке пришлось оказывать услуги сексуального характера. Следует понимать, что эффективность приобщения аудитории к проблеме действительно может быть больше за счёт раскрытия в тексте личной трагедии героини. Но это применимо только в том случае, если материал имеет благотворительную направленность и напрямую ориентирован на помощь. При этом результативно раскрывать личность героя с индивидуальной историей, повествующей об уникальном опыте преодоления трудностей. Но в основе материала в таком случае должна быть личность, а не горе. Способ эмоционального воздействия лишний раз заставляет читателя относиться к мигрантам, как к неполноценным людям, жертвам. Драматизация историй приводит к тому, что у журналиста появляется соблазн использовать самые негативные подробности, чтобы вывести читателя на эмоции. Одна из публикаций о помощи мигрантам, опубликованная на просторах медиапроекта гильдии межэтнической журналистики «Национальный акцент», также отражает тот факт, что мигрантам сложнее реализовывать свою жизнь на новой территории. В тексте также присутствует описание трудностей условий миграции, но автор при этом не использует ярких оценочных деталей⁴¹. Например, в той части текста,

⁴⁰ Виктория Рипа. История двух побегов // Батенька, да вы трансформер: интернет-изд. 2018. 9 июля URL: <https://batenka.ru/resource/sexy/lgbt-refugees/> (дата обращения: 7.05.2021)

⁴¹ Молчание мигрантов // Национальный акцент: медиапроект гильдии межэтнической журналистики. 2016. 30 марта. URL: <https://nazaccent.ru/content/20044-molchanie-migrantov.html> (дата обращения: 7.05.2021)

где журналисты рассказывают о том, что герой материала работает таксистом, из-за чего спит значительно меньше, чем это необходимо в нормальных жизненных условиях, нет дополнительных элементов драматизации о том, что «у мигранта слипаются глаза, ведь он вынужден спать 4 часа в сутки» или «за лицензию на работу таксистом нужно доплачивать, об этом говорит его осунувшееся из-за худобы лицо, результат недоедания». Текст, также как и другие содержательные материалы, освещающие жизнь мигрантов, создан с целью развития вопросов миграционной проблематики и усовершенствования интеграционной политики страны, только подобный пример текста наглядно демонстрирует, что существуют проблемы, которые нужно решать, а не трагедии, над которыми нужно рыдать.

Важнейшая часть исследования – проанализировать наиболее частый механизм репрезентации образа мигранта, – это обезличивание человека путём использования стигматизации, социального ярлыка или клишированного стереотипа. Этот приём актуален для процесса создания этнических и социально резонирующих материалов, посвящённых миграционной тематике. Это характерно для наиболее неэтичных способов привлечения внимания читателя. Например: «В Нижнем Тагиле *кавказцы* избili молодого художника, спаивавшего детей вином»⁴².

Анализ использования этнической стигмы ярче всего разъясняет процесс создания стереотипов, что иногда может происходить неумышленно. Но иногда стереотипизированное противопоставления «своих» с «чужими» – часть редакционной политики. РИА.Новости – крупнейшее политическое новостное медиа с понятной идеологией в пользу государственной власти. Это новостное медиа отличается качеством созданных материалов, но, несмотря на это, журналисты с осторожностью внедряют идею выделения мигрантов из числа граждан коренного населения. Об этом свидетельствует

⁴² В Нижнем Тагиле кавказцы избili молодого художника, спаивавшего детей вином // Общественная служба новостей: инф. портал. 2020. 20 мая. URL: <https://www.osnmedia.ru/proisshestviya/v-nizhnem-tagile-kavkaztsy-izbili-molodogo-hudozhnika-opaivavshego-detej-vinom/> (дата обращения: 7.05.2021)

концепция новостного материала о конфликте между «местными» и «приезжими»: «Милиция предотвратила крупную драку между *москвичами и кавказцами*»⁴³.

Многим СМИ свойственно внедрять в контекст этнические стереотипы, противопоставляющие мигрантов. Однако, даже самые массовые новостные медиа вроде портала «Lenta.ru» плавно отказываются от групповых ярлыков, приобщая читателя к идее о том, что мигрант такой же человек. Чем яснее будет понимание того, что для мирного сосуществования необходимо единение, тем скорее общество будет продвигаться на пути эффективного развития. Иначе воспринимается заголовок материала: «В Госдуме назвали простой способ адаптации *приезжих*»⁴⁴. Новость рассказывает о способах решения межнациональных проблем. Повествование не начинается с того, что мигрантов определяют, как отдельную категорию российского общества. Иначе говоря, приезжие – не значит, что не россияне.

Изучение журналистами аспектов стигматизации не только поможет оградить читателя от прямой пропаганды, но и позволит автору не допустить грубую неэтичную ошибку. Например, журналистка Екатерина Трифонова употребила некорректное слово в заголовке новостного материала: «Коммунисты хотят повысить зарплаты *гастарбайтерам*»⁴⁵. Чаще всего так ошибочно называют трудовых мигрантов, которые в 99% случаев находятся в стране легально и даже работают на законных основаниях. Читатель должен понять, что это является фактической и этической ошибкой.

Материал Игоря Залюбовина, опубликованный на «Снобе» – ещё один пример для анализа. Потенциальному читателю любых текстов об уязвимой

⁴³ Милиция предотвратила крупную драку между москвичами и кавказцами // РИА.Новости: интернет-изд. 2008. 20 октября. URL: <https://ria.ru/20081020/153499793.html> (дата обращения: 7.05.2021)

⁴⁴ В Госдуме назвали простой способ адаптации приезжих // Lenta.ru: интернет-изд. 2021. 30 марта. URL: <https://lenta.ru/news/2021/03/30/polza/> (дата обращения: 7.05.2021)

⁴⁵ Коммунисты хотят повысить зарплаты гастарбайтерам // Независимая газета: интернет-изд. 2020. 26 мая. URL: http://www.ng.ru/politics/2020-05-26/3_7870_migrants.html (дата обращения: 7.05.2021)

категории населения стоит в первую очередь обращать внимание на кричащие заголовки: «”А что нам снится? Что кончилась война”. Чего ждут сирийские *нелегалы* из Подмосковья»⁴⁶. Помимо социальных ярлыков текст изобилует и другими формами стигматизации. Клеймение личностной индивидуальности в материале ярко выражено сравнением живого человека с «дешевым кофе», а мёртвого с «кусками обгорелого мяса». Также здесь стоит акцентировать внимание на социальном ярлыке «нелегал», – понятие, которое ассоциируется скорее с «воровским жаргоном», которым зачастую неправомерно называют мигрантов. Учитывая, что нелегальное нахождение на территории Российской Федерации преследуется по закону, журналист нарушает правило этики, помещая громкий ярлык в заголовок. Материал, в свою очередь, является портретным репортажем, главный герой которого заведомо определяется читателем как нарушитель закона, а значит он – потенциально опасный преступник. Любопытно противопоставить этому тексту публикацию тематического информационного медиа «MigrantMedia.ru». Говоря о мигрантах, которые вынуждены столкнуться с обстоятельствами нелегального пребывания в стране, миграционный канал выбирает другую трактовку заголовка: «Выдворение *нелегальных мигрантов* из РФ после 15 июня»⁴⁷. В ходе раскрытия информационного повода материала, актуального в первую очередь для мигрантов, находящихся под угрозой, о такой категории приезжих в тексте упоминают более этично, как об иностранных гражданах, находящихся в Российской Федерации нелегально.

Возвращаясь к тексту издания «Сноб», видим пример того, как вместо фактов и конкретики о военных событиях журналист выдаёт в тексте набор метафор. Из чего непонятен окончательный итог условий в стране, из которой прибыл герой. В теории должна быть вызвана эмпатия с помощью

⁴⁶Игорь Залюбовин. «А что нам снится? Что кончилась война». Чего ждут сирийские нелегалы из Подмосковья // Сноб: интернет-изд. 2018. 1 окт. URL: <https://snob.ru/entry/166391/> (дата обращения: 8.05.2021)

⁴⁷Выдворение нелегальных мигрантов из РФ после 15 июня // MigrantMedia.ru: инф. онлайн-портал. 2021. 19 апреля. URL: <https://migrantmedia.ru/vydvorenje-nelegalnykh-migrantov-iz-rf-posle-15-iyunya/> (дата обращения: 7.05.2021)

эмоционального посыла, который заложен в рассказ о трагических событиях. Единственная реальная фактура, которая есть у автора – герой вынужденный мигрант из Сирии, который готовит шаурму.

Е.В. Щетинина подчёркивает в своей работе то, что этнические стереотипы могут внедряться искусственно в зависимости от политической ситуации⁴⁸. Однако, следует учесть, что стереотипы меняются под воздействием внешних факторов, а сознание людей пластично. Поведение поколения настоящего времени отличается от мнения той части населения, на долю которой выпало своими глазами увидеть происходящие в стране национальные конфликты. Сегодня журналисты пытаются привлечь больше внимания к проблеме миграции. В СМИ присутствует негативное влияние на сознание общества, но есть и медиа, политика которых направлена на качественное информирование. Их цель – установить понимание между отдельными категориями населения, объединить их. Такой вектор направлен в будущее. Ускорить процесс развития взглядов помогает внедрение новых форматов приобщения аудитории к информации. Развиваются новые реалии толерантности.

Исследуя новые возможности для просвещения людей, П.В. Сухов отметил: «Новейшие информационно-коммуникационные технологии занимают одно из ведущих мест в списке факторов, оказывающих влияние на развитие современного информационного общества»⁴⁹. Сегодня очень важно приобщать аудиторию к социально значимым темам посредством интерактива, индивидуальной адаптации контента и дизайнерского оформления. Всё это стало возможным. Такое масштабное явление, как интернет-журналистика трансформировало стандартный способ донесения информации, объединив все значимые элементы исследования вопроса в один

⁴⁸Щетинина Е.В. К вопросу о формировании образа “чужого” в условиях массовой культуры // Омский научный вестник. Омск, 2012. №5 (112). С. 257

⁴⁹Сухов П.В. Интернет-СМИ Рунета: системные характеристики: автореф. дис. канд. филол. наук: 10.01.10 / Сухов Павел Викторович. - URL: <http://www.dissercat.com/content/internet-smi-runeta-sistemnye-kharakteristiki> (дата обращения: 07.05.2021)

тематический материал. Специальные проекты в СМИ представляют собой компоновку событий, историй и иллюстраций, которые объединены целью найти решение из затруднительной ситуации.

В 2016 году российское общественно-политическое издание «Коммерсантъ» выпустило спецпроект «Средиземное горе»⁵⁰. Материалы проекта рассказывают о статистических показателях погибших в Средиземном море мигрантов. Проект состоит из пяти историй. Анализ ситуации, аналитика данных, инфографика с описанием мест и чисел погибших – представляет собой взгляд на значимое для всего мира явление. Материал – это обобщённый итог проблемы глазами сотрудников редакции. В каждой из историй содержатся поясняющие факты, вырезки из международных документов, инфографика, на которой отражены показатели мировой миграции. Спецпроект является отличным примером того, как сочетание сторителлинга и статистических данных способствует полному погружению аудитории в проблему. Очевидна цель проекта – использовать медиапотенциал для того, чтобы читатель через призму чужих историй и ужасающих цифр осознал глубину социальной проблемы мигрантов и беженцев. Приведённые в предыдущем параграфе тезисы разъяснили, что в большинстве случаев автор текста об уязвимой категории населения руководствуется стереотипами политической повестки. В медиапроекте «Средиземное горе» тоже присутствуют элементы драматизации. Но в каждой из историй журналисты грамотно оправдывают употребление колоритных деталей врезками с показателями жертв переправы в Европу. Проект содержит в себя и другую сторону освещения проблемы. Разъяснение ситуаций и последствий контрабандного бизнеса поясняет предвзятость отношения к отправляющимся через Средиземное море мигрантам. Поэтому наличие интерактива и видеосюжетов с живыми историями необходимо для того,

⁵⁰ Маргарита Федорова, Юрий Жалин «Средиземное горе» // Газета «Коммерсантъ». 2016. 14 дек. URL: <https://www.kommersant.ru/projects/deadlyroute> (дата обращения: 07.05.2021)

чтобы читатель мог для себя обосновать, что негативные последствия переселения скорее исключение, а не правило.

Приводя примеры качественного освещения социально сложной темы «миграция», стоит повторно упомянуть про медиапроект гильдии межэтнической журналистики «Национальный акцент» и остановиться на некоторых отдельных публикациях. Во-первых, этот ресурс способствует просвещению аудитории в области межнациональных отношений и этнических проблем. Во-вторых, развёрнутые материалы отвечают потребности утверждения гражданской идентичности представителя каждой отдельной народности. В-третьих, качество, отмеченное как отличительное и значимое для этого медиа: «Национальный акцент» – единственное СМИ, отмеченное автором, как регулярный портал, публикующий «добрые» новости о мигрантах.

Учитывая, что выше была обозначена тенденция СМИ выбирать преимущественно два психологических вектора развития темы материала – отторжение и сострадание, «Национальный акцент» предлагает другое эмоциональное влияние – попытка описывать мигрантов, как людей, настроенных на приобщение и контакт с принимающим населением, а не просто представителей доминирующего медийного образа, конкурирующих с местными жителями, потребителей ресурсов страны. Например, в привычных материалах представлена печальная статистика негативного отношения местного населения к мигрантам. Но заголовки следующего характера, – «Исследование: мигранты относятся к москвичам лучше, чем жители столицы к ним»⁵¹ и «Эксперты: мигранты лучше россиян соблюдали карантин во время пандемии»⁵² настраивают читателя на то, что, несмотря на отторжение,

⁵¹ Исследование: мигранты относятся к москвичам лучше, чем жители столицы к ним // Национальный акцент: медиапроект гильдии межэтнической журналистики. 2014. 29 мая. URL: <https://nazaccent.ru/content/11851-issledovanie-migranty-otnosyatsya-k-moskvicham-luchshe.html> (дата обращения: 8.05.2021).

⁵² Эксперты: мигранты лучше россиян соблюдали карантин во время пандемии // Национальный акцент: медиапроект гильдии межэтнической журналистики. 2020. 17

мигранты рады проявлять дружелюбие со своей стороны и готовы совместными усилиями влиять на порядок в нынешней стране пребывания. Это пример медиа, ломающего привычные стереотипы и опровергающего навязанные тревожной повесткой суждения. Взять, например, небольшую новостную заметку на тему ежегодной статистики: заголовок и содержание констатирует факт, противоречащий всеобщему представлению о мигрантах «преступниках и вредителях». В то время как СМИ, набирающие охваты благодаря применению эффекта общественного резонанса, используют статистические данные в отношении этнических мигрантов с целью привести формализованный, но эффективно воздействующий аргумент в пользу суждения о том, что приезжие только обостряют социальный конфликт, повестка «Национального акцента» демонстрирует факт того, что «на долю мигрантов в России приходится менее 0,1% процента преступлений»⁵³, а также результаты экономической аналитики, в которых отмечено, что «мигранты принесли России почти 60 млрд рублей за год»⁵⁴. Можно привести ещё множество публикаций, которые наглядно объясняют толерантный и профессиональный подход к формированию редакционной политики. Приведём примеры вариантов создания идеи взаимного доверия: для такого тематического СМИ важно обратить внимание на то, что мигранты – не безликая масса и не «социальная обуза». В России есть и будут законодательные инициативы и социальные проекты, участники которых стремятся поддерживать мигрантов и способствовать реализации их потенциала. Например, статьи с привлечением провластных экспертов, факты,

июля. URL: <https://nazaccent.ru/content/33636-ekspert-migranty-luchshe-rossiyan-soblyudali-karantin.html> (дата обращения: 8.05.2021)

⁵³ На долю мигрантов в России приходится менее 0,1% процента преступлений // Национальный акцент: медиапроект гильдии межэтнической журналистики. 2020. 10 авг. URL: <https://nazaccent.ru/content/33793-na-dolyu-migrantov-v-rossii-prihoditsya.html> (дата обращения: 8.05.2021)

⁵⁴ Мигранты принесли России почти 60 млрд рублей в 2018 году // Национальный акцент: медиапроект гильдии межэтнической журналистики. 2019. 25 янв. URL: <https://nazaccent.ru/content/29104-migranty-prinesli-rossii-pochti-60-mlrd.html> (дата обращения: 8.05.2021)

доказывающие, что трудовых мигрантов обучают даже основам светского этикета⁵⁵, детей мигрантов стремятся в будущем сделать такими же членами российского общества, посвящая в культурные и исторические традиции Петербурга⁵⁶ и, даже, спасают жизнь в повседневных условиях⁵⁷. Это транслирует доброе, человеческое отношение, которое направлено на создание условий равных социальных прав и возможностей.

Качественный анализ содержания подтверждает, что сегодня одним из самых эффективных способов заставить читателя проникнуться проблемой миграции – это рассказать его индивидуальную историю и обосновать повествование качественными аналитическими и научными фактами. Усовершенствованные методы подачи информации об уязвимой группе населения могут способствовать эффективному формированию этического и культурного контакта между читателем и СМИ. Условия, при которых расширяется кругозор, зависят от взаимопонимания между людьми различных национальностей и различных социальных положений.

2.2 Сравнительный анализ средств влияния СМИ на психологический процесс стереотипизации: социальный опрос

В теоретической части работы проанализированы стигматизированные и стереотипизированные установки, которые могут формироваться у местных жителей, они же регулярная аудитория актуальной медиаповестки, в отношении мигрантов. Но для автора было важно изучить, какие из наиболее распространённых социальных предубеждений закрепились под влиянием

⁵⁵ В Петербурге трудовых мигрантов с помощью концертов учат светскому общению // Национальный акцент: медиапроект гильдии межэтнической журналистики. 2012. 30 нояб. URL: <https://nazaccent.ru/content/6091-v-peterburge-trudovyh-migrantov-s-pomoshyu.html> (дата обращения: 8.05.2021)

⁵⁶ Детям мигрантов в ленобласти расскажут о культуре в ленобласти расскажут о культуре речи и истории Петербурга // Национальный акцент: медиапроект гильдии межэтнической журналистики. 2020. 12 марта. URL: <https://nazaccent.ru/content/32466-detyam-migrantov-v-lenoblasti-rasskazhut-o.html> (дата обращения: 8.05.2021)

⁵⁷ Жительница Петербурга спасла от смерти мигранта // Национальный акцент: медиапроект гильдии межэтнической журналистики. 2017. 11 янв. URL: <https://nazaccent.ru/content/22833-zhitelnica-peterburga-spasla-ot-smerti-migranta.html> (дата обращения: 8.05.2021)

социального восприятия образа «другого» и наиболее актуальны на сегодняшний день. С этой целью в настоящей работе публикуются результаты прикладного социально-психологического исследования, направленного на анализ общественного мнения нынешних россиян, преимущественно тех, кто не имел опыта внешней миграции (67,3%) или имел опыт изменения территориального самоопределения только в пределах Российской Федерации (26,9%). Только 3 участника (5,8%) прибыло из другой страны.

Методом исследования является социологический опрос, в котором приняло участие 52 человека, среди которых 38 женщин и 14 мужчин. В течение месяца респонденты отвечали на вопросы в электронном формате (Google Forms) в период с января по февраль 2021 года. Большая часть опрошенных (71,2%) принадлежит к возрастной группе от 18 до 25 лет, благодаря чему можно сделать вывод о том, что в работе оценивается мнение преимущественно молодёжи, представителей поколений «Y» и «Z». В меньшей степени (23%) были привлечены люди в возрасте от 25 до 45 лет. С наименьшим результатом удалось сформировать группу опрошенных, относящихся к возрастной категории «старше 45» (5,8%). Из чего следует, что опрос учитывает мнение той категории общества, которая отвечает за перспективы развития будущих взглядов.

Поколенческие особенности доминирующей части всех респондентов свидетельствуют о том, что их интересами и системой выбора руководят цифровые технологии, интернет. Это подтверждает и то, что из общего числа опрошенных 37 человек обозначили, что узнают о миграции через социальные сети, сообщества и даже мемы. Однако, респонденты могли обозначить несколько каналов информации о жизни мигрантов и ровно столько же людей, – 37 человек, указали, что черпают информацию из СМИ, в том числе электронных. В меньшей степени стремятся получить информацию из официальных источников – только 6 человек отметили, что обращают внимание на повестку государственных структур, отвечающих за миграционные процессы в стране, вроде министерств или комитетов. Но 12

человек из 52 включили в свой список каналы самостоятельных общественных организаций, к ним можно отнести действующие фонды или НКО. Помимо медиаисточников немалой значимостью обладают межличностные связи: 15 респондентов говорят о миграции со своими знакомыми и близкими людьми, а 10 человек вообще предпочитают узнавать об этом социальном процессе напрямую от самих мигрантов.

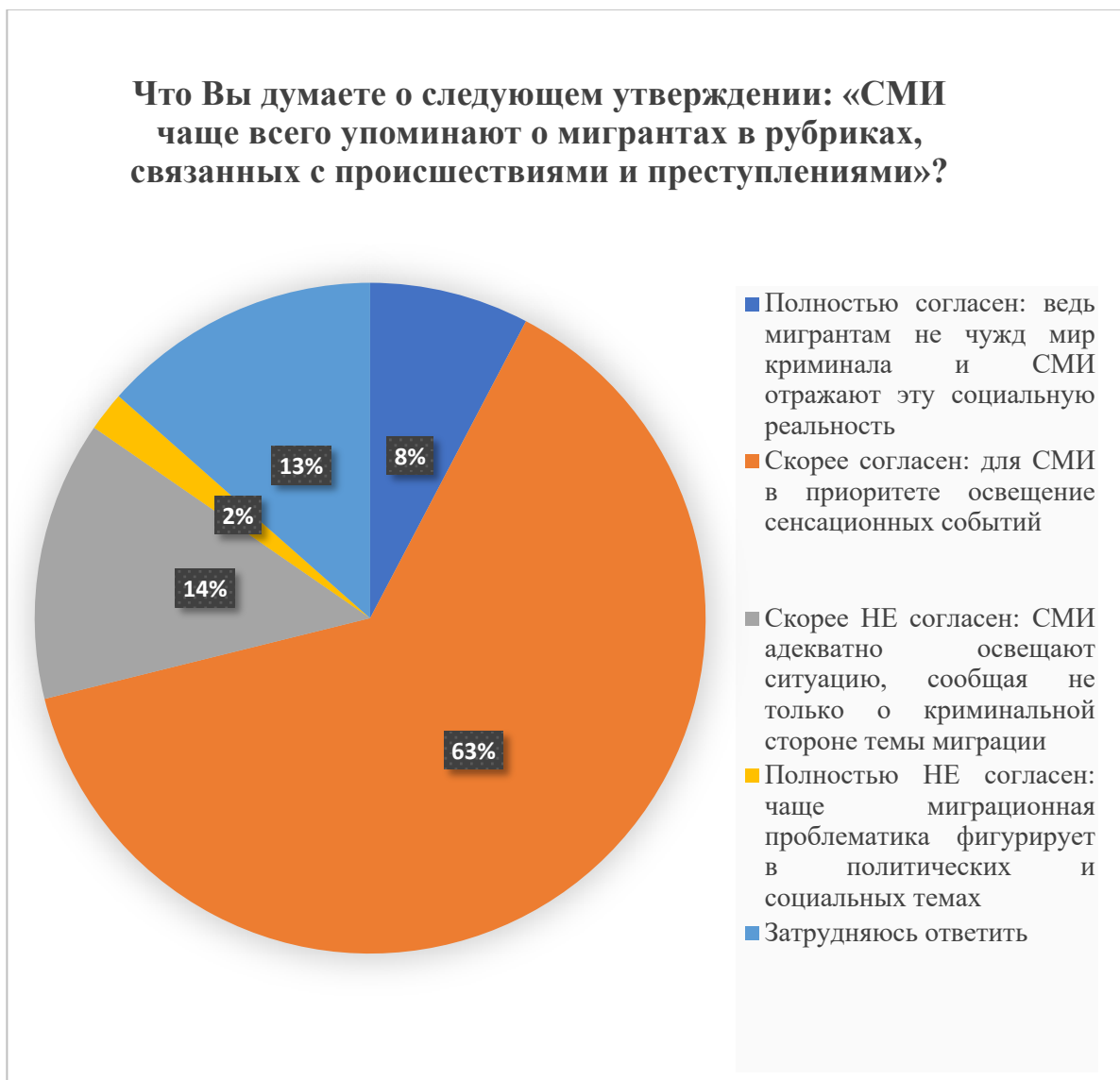
Связано ли это с тем, что доминирующая часть опрошенных (73%), выражая своё мнение об актуальной медиаповестке, придерживаются вариантов негативной стороны восприятия, полностью или частично соглашаясь с тем, что из-за СМИ мигрантов воспринимают как безликую социальную массу, а не как отдельных людей со своим личностным опытом? Ведь как было выяснено ранее, именно медиа не только транслируют, но и влияют на укрепление наиболее распространённых социальных стигм и стереотипов.

Тем не менее, мы стремились проанализировать то, насколько клишированные предубеждения укоренились в сознании массового читателя. В ходе опроса респонденту было предложено в большей или меньшей степени согласиться или опровергнуть 10 утверждений, основанных на содержании изученных стереотипов. Так больше половины опрошенных (63,5%), оценивая утверждение о том, что СМИ чаще всего упоминают о мигрантах в рубриках, связанных с происшествиями и преступлениями согласны с тем, что их главной задачей является освещение сенсационных событий (рис. 1).

С тем, что существует эта медиатенденция, тесно связано восприятие местными жителями ряда стереотипов о том, что мигрантам свойственно ввязываться в мир криминала, формировать самостоятельные этнические объединения и нарушать этические и моральные устои принимающего населения. Но мнения, касаемо взаимосвязи темы миграции и развития этнического криминалитета на территории России разделились, поэтому однозначного вывода по этим двум темам сделать невозможно (рис. 2,3). Однако, оценивая поведение мигрантов, доминирующая часть респондентов

(43%) скорее не согласны с тем, что мигранты не уважают «наши» привычные правила поведения и явно пренебрегают гостеприимством, навязывая свои порядки.

Рисунок 1



Проведённое исследование показало, что подавляющее число респондентов наоборот склонны полагать, что мигранты – это преимущественно выходцы из Средней Азии, которые ощущают своё положение как крайне уязвимое и нестабильное, из-за чего боятся нарушить правила социального и законодательного контроля.

Как Вы относитесь к утверждению: «Для мигрантов актуален любой способ заработка, в том числе криминальный (наркоторговля, контрабанда, организация незаконной миграции, подделка документов, проституция)»?



В понимании большинства респондентов (55,8%) и мигранты, и местные жители осознают основную, доминирующую в сознании населения цель – выполнение низкоквалифицированных работ. Доминирующее мнение опрошенных демонстрирует, что жители склонны полагать, что мигранты – это рабочие рынков, таксисты, строители и сотрудники клининга.

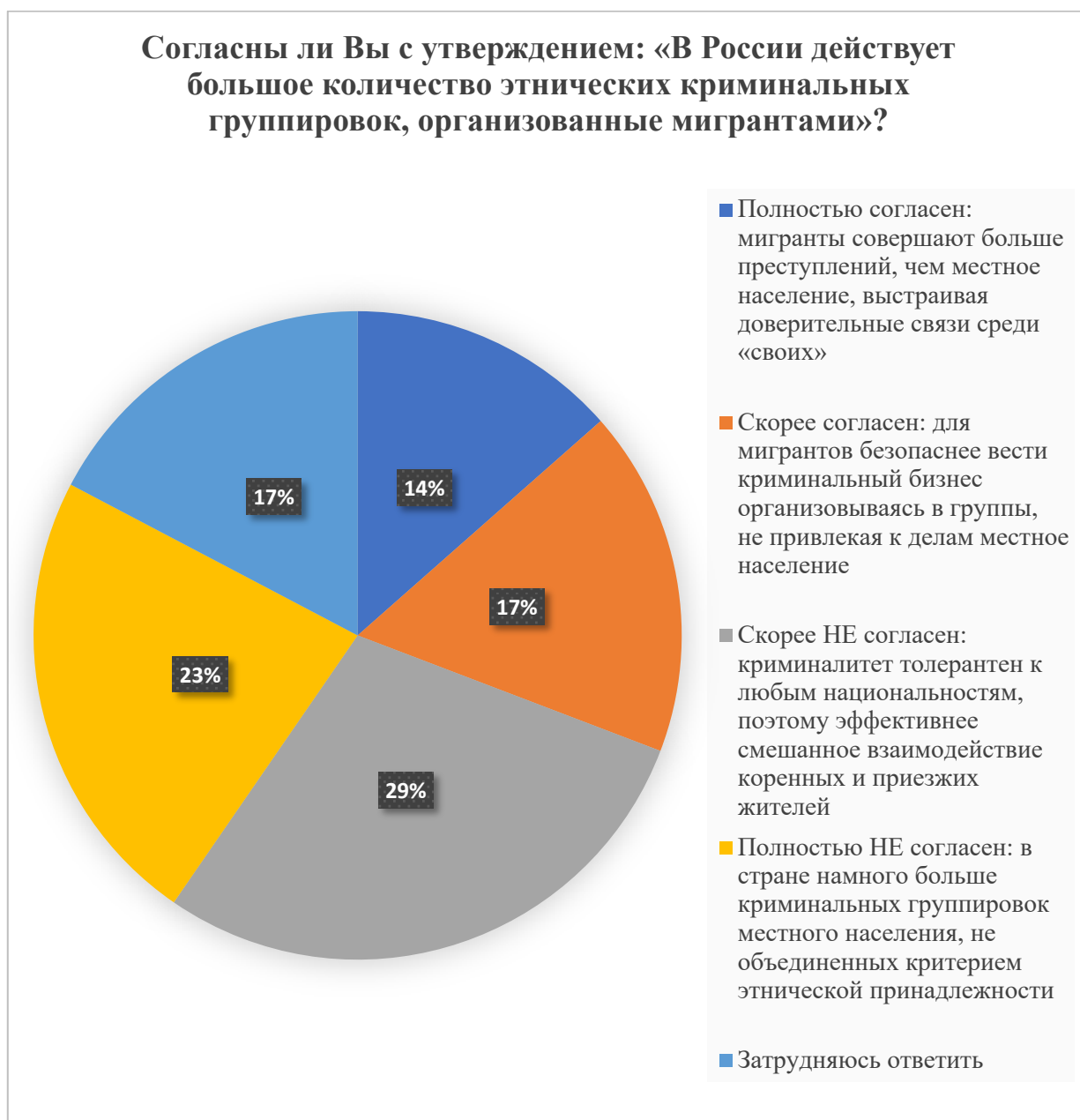
Проведённое исследование показало, что подавляющее число респондентов наоборот склонны полагать, что мигранты – это

преимущественно выходцы из Средней Азии, которые ощущают своё положение, как крайне уязвимое нестабильное, из-за чего боятся нарушить правила социального и законодательного контроля.

Несмотря на тревожную медиаповестку, внушающую аудитории то, что мигранты – источник глобальных проблем, в том числе безработицы, респонденты склонны не соглашаться с тем, что миграция – инструмент вытеснения коренного населения с рынка труда. Это подтверждает тот факт, что люди осознают нежелание местных жителей соглашаться с теми условиями, при которых готовы работать мигранты. Из-за того, что россияне, в отличие от мигрантов, пренебрегают возможностью минимального заработка, без помощи мигрантов в России не реализовывались бы масштабные проекты.

Российский читатель настроен негативно к восприятию миграции. СМИ постоянно напоминают о необходимости жесткого регулирования, а также о том, что миграция – проблема сложная и не имеет чёткого решения. Поэтому Россия в социальном контексте описывается в роли благодетеля. Однако, результаты анализа восприятия данного олицетворения показали, что доминирующая часть респондентов (65,4%) осознают, что независимо от социальных проблем, из которых формируется регулярная информационная повестка на тему миграции, экономическое положение сохраняет нестабильный характер, а мигранты только в большей степени влияют на развитие производственных возможностей страны.

Однако существуют острейшие социальные предубеждения, посредством которых местным жителям внушают угрозу того, что процесс миграции является инструментом для вытеснения коренного населения и в будущем может привести к вырождению коренных этнических групп. Судя по результатам мнения респондентов, максимальное число участников опроса (86,5%) полагают, что миграция приводит к укоренению на территории России таких среднеазиатских национальностей, как таджики, узбеки, киргизы и т.д.



Обратившись к эксперту в области социальной антропологии, удалось узнать, что доктор философских наук Юрий Резник, анализируя потенциальную угрозу глобальной ассимиляции и вырождения славянского этноса, полагает, что в ближайшем будущем антропологический облик большинства российских регионов существенно изменится. Главный научный сотрудник Института Философии РАН приводит в пример опыт США, в которых, по его мнению, ассимилятивный процесс спровоцировал внутренний кризис и межэтнические конфликты. О том, что миграция становится результатом размывания культурных границ он говорит следующее: «Идёт

“тихая колонизация”, раньше мы опасались экспансии со стороны Запада, который навязывал и продолжает навязывать нам свои ценности. Теперь же угроза исходит с другой стороны». (приложение 1)

В то же время социальный антрополог отказывается говорить о перспективах ассимиляции как о национальной трагедии славянского этноса. Юрий Резник полагает, что главное в перспективе развития современного общества – не утратить то, что называют цивилизационным кодом. Иначе говоря, влияние мультикультурализма на россиян – неизбежно. В силах самих людей повлиять на то, чтобы реальность конструировалась в рамках толерантного контекста. СМИ задают вектор развития понимания между людьми разных социальных положений, культурных норм и особенностей личностного восприятия. На данном этапе, судя по результатам проведенного исследования, население находится в ситуации неопределённости. Мнения, касаемо вопроса о том, что Россия должна быть многонациональной страной и привлекать больше мигрантов на постоянное проживание, разделились. Из показателей можно сделать вывод о том, что доля опрошенных в равной степени поддерживает и не поддерживает перспективу увеличения численности мигрантов на территории страны. Существенный процент среди опрошенных отводится тем, кто вовсе затрудняется ответить. (рис. 4)

Анализируя готовность местных жителей к развитию интеграционной политики и процесса мультикультурализма, особенно интересны оказались результаты того, как социальная повестка отражается на личностном восприятии. Опрос показал, что 25 из 52 опрошенных готовы ко всем формам принятия мигранта, как полноправного жителя страны и мира. В том числе, приветствуют обстоятельства, при которых мигрант стал бы членом семьи респондента. Также участники отмечали отдельные аспекты сокращения социальной дистанции с мигрантами, но автора исследования в большей степени интересовало стремление полного размывания социальных барьеров и предубеждений.



Преодоление последствий ценностных расколов общества, существенная часть которого ориентирована на материальное обогащение и поддерживаемые СМИ стандарты потребления, – основа бесконфликтного толерантного общества будущего.

Заключение

Говоря об анализе образа мигранта в современных СМИ, как о социокультурном феномене, следует отметить, что он основан на оценках, стереотипных представлениях и ассоциациях. Социальные предубеждения в отношении мигрантов направлены, в первую очередь, на формирование выгодной для редакционной политики повестки. Чаще всего в СМИ рассматриваются 3 наиболее актуальных социально-психологических аспекта миграционной проблематики: взаимоотношения между мигрантами и принимающим населением, криминальная ситуация в среде этнических мигрантов и нововведения в контексте развития интеграционной политики. Односторонняя трактовка следующих тем приводит к тому, что стереотипы о мигрантах с каждым годом усиливают социальное напряжение.

Нельзя недооценивать опасность негативных стереотипов, тиражируемых в актуальной медиаповестке. Проведённый социологический опрос показал, что ввиду укоренения предубеждений в отношении мигрантов, у россиян нет понимания о том угрожают ли мигранты сохранению социальной стабильности или представляют этническую, и даже криминальную угрозу. Иначе говоря, у населения нет понимания о том, кто такие мигранты в социальной среде – жертвы, преступники или партнёры, которые нужны для развития потенциала страны?

Удалось установить, какой должна быть медиаповестка, чтобы в меньшей степени провоцировать у читателя чувство тревоги и социальной напряжённости. Для того, чтобы способствовать укреплению толерантной идеи мультикультурного и партнёрского взаимодействия между мигрантами и принимающим населением журналистам следует:

1. обосновать повествование на тему миграции научными фактами;
2. избегать использование необоснованных статистических показателей;
3. снизить до минимума драматические и лирические элементы повествования;

4. во избежание обобщения журналисту следует развивать материал, который будет основан на индивидуальной истории единичного героя;
5. отказаться от паническо-алармической лексики, относящейся к трактовке слов стихийного характера;
6. расширять применимые форматы и привлекать аудиторию к проблеме, используя мультимедийные инструменты.

Мигранты, выступающие героями публикаций – настоящие живые люди со своей индивидуальной историей, которая зачастую наполнена не только негативными сценариями трудной жизни в иммиграции, но и уникальным опытом. Это должен понимать и автор, и читатель. Журналист говорит о социальной группе, которая не всегда ущемлена, но нередко нуждается в психологической поддержке. И СМИ способны, меняя повестку, которая презентует процесс миграции однобоко, влиять на улучшения процесса адаптации и интеграции. Чем менее тревожными, эмоциональными и пугающими будут материалы о мигрантах, вплоть до социальной повестки и ежедневных новостей, тем благоприятнее будет принимающая среда. В исследование доказано, что преимущественно мигранты способствуют улучшению экономических и производственных показателей Российской Федерации. Поэтому, стремление к союзническим взаимоотношениям – задача актуальная в первую очередь для представителей коренного населения. Журналисты берут на себя ответственность за то, как люди станут относиться к изменению реалий толерантности.

В исследовании были приведены распространённые примеры социальной пропаганды. Но анализ социально-психологических аспектов помог прийти к выводу, что формирование отношения к уязвимой группе населения значительно эффективнее через сопричастность читателя. Мигранты – это не просто люди, которые вынуждены изнурительно работать.

Проведённое исследование помогло определить основной компонент потенциального ориентира на толерантное будущее общества – освещение и продвижение актуальных социальных аспектов миграционного вопроса и

акцентирование внимания на создаваемых и трактуемых ими социальных образах.

Список литературы

1. Абакумова И.В., Гришина А.В. Образ мигранта в отечественных СМИ: особенности ценностно-смыслового восприятия в молодежной среде // РОССИЙСКИЙ ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ. 2011 ТОМ 8 № 1. С. 9.
2. Абельс Хайнц. Интеракция, идентичность, презентация. Введение в интерпретативную социологию. СПб.: Алетей, 2000. С. 272.
3. Блохин, И. Н. Журналистика в этнокультурном взаимодействии : учебное пособие / И. Н. Блохин. — Санкт-Петербург : СПбГУ, 2013. — 198 с.
4. Бузин В.Н. Медиапространство в структуре социального пространства // Социум и власть. Челябинск, 2012. №2(34) С. 13.
5. Демихова О.В., Нечаева О.Б. Вопросы доступа мигрантов к мероприятиям по раннему выявлению, диагностике, профилактике и лечению туберкулеза и туберкулеза, сочетанного с ВИЧ-инфекцией в странах СНГ. Аналитический обзор. — М., 2016. — 66 с. [Электронный ресурс]. URL: <http://mednet.ru/images/stories/files/CMT/migranty.pdf> (дата обращения 4.05.2021).
6. Демографический ежегодник России. 2019: Стат. сб. / Росстат. М., 2019. 8.1.
7. Дуйсенбекова М. М., Данилова М.В. Негативные этнические стереотипы подростков как психолого педагогическая проблема // Молодой учёный. Казань, 2014. №1 (60). С. 522.
8. Дятлов В.И. Трансграничные миграции и принимающее общество: механизмы и практики взаимной адаптации : монография / науч. ред. проф. В. И. Дятлов. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2009. – С. 396.

9. Качмазова, А. У. Когнитивные механизмы этностереотипизации "своих" и "чужих" / А. У. Качмазова, Т. Ю. Тамерьян // Политическая лингвистика. – 2014. – № 4(50). – С. 298-305.
10. Кирсанова Л.И и Коротина О.А. Драматизация информационного сообщения как способ формирования общественного мнения // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. 2009. С – 2.
11. Комаровский В.В. // Транснациональные миграции и современные государства в условиях экономической турбулентности: сб. науч. статей / РАНХ и ГС. М.: ИД «Дело», 2016, с.145-165.
12. Ксенофобия и национализм. 2020. Levada.ru // URL: <https://www.levada.ru/2020/09/23/ksenofobiya-i-natsionalizm-2/>
13. Лиценберг О.А. Миграция и Этнические Стереотипы (По Материалам Социологического Исследования в Саратовской Области) Вестник Поволжской академии государственной службы. 2014. №4(43)
14. Малькова В.К., Тишков В.А. Культура и пространство: Образы российских республик в интернете. – М.: ИЭА РАН, 2009.
15. Мельникова А.А. Взаимодействие культур: миграционные процессы и их негативные эффекты // Контуры будущего в контексте мирового культурного развития. XVIII Международные Лихачевские научные чтения. 2018. С. 439-440.
16. Мельникова А.А. Язык и социально-культурная реальность // Социальная психология сегодня: наука и практика. СПб.: СПбГУП., 2011. С. 72-73.
17. Миграционная политика: диагностика, вызовы, предложения. М.: Центр стратегических разработок, 2018.
18. Олешко В. Ф. Психология журналистики: учебник и практикум для академического бакалавриата / В. Ф. Олешко. М.: Издательство Юрайт, 2017.

19. Психологическая помощь мигрантам: теория и практика : травма, смена культуры, кризис идентичности / Г.У. Солдатова. – Москва: Смысл, 2002. – 479 с.
20. Ракачева Я.В. «Кавказцы» в российском регионе формирование стереотипного образа и преодоление предрассудков // Общество: социология, психология, педагогика. 2012, № 2.
21. Скребцова, Т. Г. (2007). Образ мигранта в современных российских СМИ. Политическая лингвистика, (23), С. 115-118.
22. Сметанина С. И. Медиа-текст в системе культуры: Динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века. СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2007 С. 376.
23. Смолина Т.Л., Мельникова А.А. Психология кросс-культурной адаптации. СПб.: Скифия. 2017. С. 304.
24. Стефаненко Т. Г. Этнопсихология. – М.: Институт психологии РАН, «Академический проект», 1999. – 320 с.
25. Суходольская Н.П. Социальный стереотип в жизнедеятельности людей: дис.канд. философ. наук. -М., 2009. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/197419885.pdf> (дата обращения 29.04.2021)
26. Титов В.Н. О формировании прессой образа этнического иммигранта (взгляд социолога) // Социологические исследования. 2003. № 6. С. 42.
27. Трошина Н.Н. Тема национально-культурной идентичности в дискурсе масс-медиа // Этнокультурная специфика речевой деятельности: Сб. обзоров. М., 2000.
28. Федеральный закон от 25.07.2002 N 115-ФЗ (ред. от 24.02.2021) «О правовом положении иностранных граждан в Российской Федерации»
29. Хомяков М.Б. Толерантность и её границы // Национальный психологический журнал – 2011. – №2(6) – с. 25-33.

- 30.**Хорольский В.В. Гуманизм и дегуманизация в западных СМИ: Противоречия объективизма // Гуманизация информационного пространства в контексте диалога культур: материалы междунар. науч.-практ. конф., посвящённой 80-летию Ф. Агзамовой. Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2016. С. 218.
- 31.**Biernat M., Dovidio J. Stigma and stereotypes // The social psychology of stigma / Eds. by T. F. Heatherton, R.E. Kleck, M.R. Hebl, J.G. Hull. N.Y.: Guilford, p. 88-125.
- 32.**Florinskaya Yulia and Mkrtchyan Nikita, Международная Миграция в России: Квалифицированная Составляющая (International Migration in Russia: A Qualified Component) (February 12, 2018). Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3122954> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3122954>
- 33.**Goffman I. Stigma: notes on the management of spoiled identity, N.Y.: Simon and Shuster, 1963.
- 34.**Major B., O'Brien L.T. The social psychology of stigma // Annual Review of Psychology, 2005, vol. 56, p. 393-442.
- 35.**Social Behavior and Personality. W.Thomas' contribution in social theory. N.Y., 1951. P. 81.

Список источников

1. Мигранты из Гондураса штурмуют границу с США, а Трамп молчит // Вести.ру: интернет-изд. 2018. 15 нояб. URL: <https://www.vesti.ru/article/1448862> (дата обращения: 6.05.2021).
2. Байден потерял контроль над границей // Вести.ру: интернет-изд. 2018. 15 нояб. URL: <https://www.vesti.ru/article/2539366> (дата обращения: 6.05.2021).
3. Греция усилила контроль на границе с Турцией после отказа Анкары сдерживать поток беженцев // Новая газета: интернет-изд. 2020. 29 фев. URL: <https://novayagazeta.ru/news/2020/02/29/159430-gretsiya-usilila-kontrol-na-granitse-s-turtsiey-posle-otkaza-ankary-sderzhivat-potok-bezhentsev>
4. Александр Рар: Беженцы при пандемии — это бомба замедленного действия // Парламентская газета: интернет-изд. 2020. 23 мая. URL: <https://www.pnp.ru/politics/aleksandr-rar-bezhency-pri-pandemii-eto-bomba-zamedlennogo-deystviya.html>
5. Крысы, клещи, собаки и нелегальные мигранты... // Фонтанка.ру: интернет-изд. 2005. 13 сен. URL: <https://www.fontanka.ru/2005/09/13/149111/?shareRecordImage=f387a991595fb4d661f317bfeac3e54d> (дата обращения: 7.05.2021)
6. Двух сотрудников ГИБДД задержали в Петроградском при получении взятки от водителя-мигранта // Фонтанка.ру: интернет-изд. 2021. 21 янв. URL: <https://www.fontanka.ru/2021/01/21/69713691/> (дата обращения: 7.05.2021)
7. Виктория Рипа. История двух побегов // Батенька, да вы трансформер: интернет-изд. 2018. 9 июля URL: <https://batenka.ru/resource/sexu/lgbt-refugees/>

8. Молчание мигрантов // Национальный акцент: медиапроект гильдии межэтнической журналистики. 2016. 30 марта. URL: <https://nazaccent.ru/content/20044-molchanie-migrantov.html> (дата обращения: 7.05.2021)
9. В Нижнем Тагиле кавказцы избили молодого художника, спаивавшего детей вином // Общественная служба новостей: инф. портал. 2020. 20 мая. URL: <https://www.osnmedia.ru/proisshestviya/v-nizhnem-tagile-kavkaztsy-izbili-molodogo-hudozhnika-opaivavshego-detej-vinom/> (дата обращения: 7.05.2021)
10. Милиция предотвратила крупную драку между москвичами и кавказцами // РИА.Новости: интернет-изд. 2008. 20 октября. URL: <https://ria.ru/20081020/153499793.html> (дата обращения: 7.05.2021)
11. В Госдуме назвали простой способ адаптации приезжих // Lenta.ru: интернет-изд. 2021. 30 марта. URL: <https://lenta.ru/news/2021/03/30/polza/> (дата обращения: 7.05.2021)
12. Коммунисты хотят повысить зарплаты гастарбайтерам // Независимая газета: интернет-изд. 2020. 26 мая. URL: http://www.ng.ru/politics/2020-05-26/3_7870_migrants.html (дата обращения: 7.05.2021)
13. Игорь Залюбовин. «А что нам снится? Что кончилась война». Чего ждут сирийские нелегалы из Подмосковья // Сноб: интернет-изд. 2018. 1 окт. URL: <https://snob.ru/entry/166391/> (дата обращения: 8.05.2021)
14. Выдворение нелегальных мигрантов из РФ после 15 июня // MigrantMedia.ru: инф. онлайн-портал. 2021. 19 апреля. URL: <https://migrantmedia.ru/vydvorenie-nelegalnykh-migrantov-iz-rf-posle-15-iyunya/> (дата обращения: 7.05.2021)

15. Щетинина Е.В. К вопросу о формировании образа “чужого” в условиях массовой культуры // Омский научный вестник. Омск, 2012. №5 (112). С. 257
16. Сухов П.В. Интернет-СМИ Рунета: системные характеристики: автореф. дис. канд. филол. наук: 10.01.10 / Сухов Павел Викторович. - URL: <http://www.dissercat.com/content/internet-smi-runeta-sistemnye-kharakteristiki> (дата обращения: 07.05.2021)
17. Маргарита Федорова, Юрий Жалин «Средиземное море» // Газета «Коммерсантъ». 2016. 14 дек. URL: <https://www.kommersant.ru/projects/deadlyroute> (дата обращения: 07.05.2021)
18. Исследование: мигранты относятся к москвичам лучше, чем жители столицы к ним // Национальный акцент: медиапроект гильдии межэтнической журналистики. 2014. 29 мая. URL: <https://nazaccent.ru/content/11851-issledovanie-migranty-otnosyatsya-k-moskvicham-luchshe.html> (дата обращения: 8.05.2021).
19. Эксперты: мигранты лучше россиян соблюдали карантин во время пандемии // Национальный акцент: медиапроект гильдии межэтнической журналистики. 2020. 17 июля. URL: <https://nazaccent.ru/content/33636-ekspert-migranty-luchshe-rossiyan-soblyudali-karantin.html> (дата обращения: 8.05.2021)
20. На долю мигрантов в России приходится менее 0,1% процента преступлений // Национальный акцент: медиапроект гильдии межэтнической журналистики. 2020. 10 авг. URL: <https://nazaccent.ru/content/33793-na-dolyu-migrantov-v-rossii-prihoditsya.html> (дата обращения: 8.05.2021)
21. Мигранты принесли России почти 60 млрд рублей в 2018 году // Национальный акцент: медиапроект гильдии межэтнической журналистики. 2019. 25 янв. URL:

<https://nazaccent.ru/content/29104-migranty-prinesli-rossii-pochti-60-mlrd.html> (дата обращения: 8.05.2021)

- 22.** В Петербурге трудовых мигрантов с помощью концертов учат светскому общению // Национальный акцент: медиапроект гильдии межэтнической журналистики. 2012. 30 нояб. URL: <https://nazaccent.ru/content/6091-v-peterburge-trudovyh-migrantov-s-pomoshyu.html> (дата обращения: 8.05.2021)
- 23.** Детям мигрантов в ленобласти расскажут о культуре в ленобласти расскажут о культуре речи и истории Петербурга // Национальный акцент: медиапроект гильдии межэтнической журналистики. 2020. 12 марта. URL: <https://nazaccent.ru/content/32466-detyam-migrantov-v-lenoblasti-rasskazhut-o.html> (дата обращения: 8.05.2021)
- 24.** Жительница Петербурга спасла от смерти мигранта // Национальный акцент: медиапроект гильдии межэтнической журналистики. 2017. 11 янв. URL: <https://nazaccent.ru/content/22833-zhitelnica-peterburga-spasla-ot-smerti-migranta.html> (дата обращения: 8.05.2021)

Приложение 1

Резник Юрий Михайлович – доктор философских наук, профессор, главный научный сотрудник Института Философии РАН (Москва).

Приведёт ли миграция к вырождению славян и славянского этноса?

Сегодня трудно прогнозировать. Возможно, произойдёт качественный рывок и всё изменится. Но о том, что ценность брака в глазах молодых людей уменьшается, свидетельствуют многие опросы и исследования. Сейчас нас захлёстывает другая миграционная волна: с Востока и Юга. На роль славянского мужчины с уверенностью претендуют представители Средней Азии. Так, например, по моим наблюдениям на улицах Москвы пар смешанного брака встречается всё больше и больше. Наши женщины не будут ждать, когда российские мужчины наконец-то созреют и признают ценность брака. А цивилизационное развитие на этом не остановится. И вполне возможно, что антропологический облик большинства российских регионов со временем существенно изменится. Но это глобальная проблема. Нечто подобное происходит в США и других странах мира, порождая внутренний кризис и межэтнические конфликты.

Значит ли это, что уже сейчас существует угроза ассимиляции славянского этноса?

Идёт размывание культурных границ. В Москве имеются целые кварталы, где преобладают представители определённых этносов. Они уже там доминируют на улицах, устанавливая свои правила и занимая ключевые позиции в сфере услуг и потребления. Идёт «тихая колонизация». Раньше мы опасались экспансии со стороны Запада, который навязывал и продолжает навязывать нам свои ценности. Теперь же угроза исходит с другой стороны. Мне довелось бывать на востоке нашей страны, в т.ч. в Чите, Хабаровске, Владивостоке и других городах. Никто из местных жителей, приученных к политкорректности, не говорит об этом прямо. Но время от времени выскакивают слова о «жёлтой опасности» и тому подобных явлениях.

Я как-то общался с китайским бизнесменом (владельцем ресторана в Чите), который прекрасно владеет русским языком. Так вот, этот представитель китайского этноса имеет две семьи: в России и в Китае. И его женщины вынуждены соглашаться с таким унижительным положением. К сожалению, мужчины в России, помимо прочего, подвержены также страшному недугу – алкоголизму. Естественно, в глазах женщины это не самый надёжный вариант для создания семьи. Поэтому их место постепенно занимают мужчины другой этнокультурной принадлежности. Они не намерены с нами воевать, но постепенно, шаг за шагом занимают жизненное пространство коренных народов России.

Я не думаю об ассимиляции славянского этноса как о национальной трагедии. Наверное, это закономерный процесс. Главное при этом не утратить то, что называют цивилизационным кодом общества. Если нам удастся сохранить и передать новым поколениям систему ценностных координат, созданную нашими предками, то это уже будет большой победой и важным шагом на пути цивилизационного развития России. Но каким путём она пойдёт и сможет ли примирить разные цивилизационные проекты, чтобы создать на их основе интегральный проект, покажет время.