

**Секция «Журналистика»**

**Образ мигранта в российских общественно-политических СМИ в 2012-2013**

**гг.**

***Оганова Венера Романовна***

*Аспирант*

*МГУ - Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова,*

*Факультет журналистики, Москва, Россия*

*E-mail: venus\_o@mail.ru*

Тема миграции в последние десятилетия остается одной из наиболее горячо обсуждаемых в российской публичной сфере.

Иммигранты в России были всегда, но особенно культурное и этническое взаимодействие расширилось после присоединения союзных республик в составе СССР, что было обусловлено, в первую очередь, экономическими причинами – строительством промышленных объектов, развитием сельского хозяйства, образования и науки.

Ситуация с этническими миграциями обострилась в начале 1990 гг. после распада Советского союза. Нестабильная экономическая и политическая ситуация в образовавшихся независимых странах способствовала массовому притоку трудовых и вынужденных мигрантов на территорию Российской Федерации. К 2006 году Россия вышла на второе место в мире после США по количеству иммигрантов – свыше 12 млн человек [5].

Миграции происходят на глобальном уровне, поэтому необходимо осознать их неизбежность, минимизировать риски и негативные последствия. Неконтролируемая миграция обеспечивает рост теневой экономики, приводит к росту коррупции, ухудшению криминальной обстановки, маргинализации и социальной дифференциации населения.

Как считает ряд исследователей по вопросам миграций, важным условием для социальной адаптации и интеграции мигрантов является толерантность принимающего общества. На успешность социальной адаптации влияют ролевые сценарии «свои и чужие», «хозяева и гости», нацеленность на постоянное или временное взаимодействие, численное соотношение меньшинств и большинства, степень включенности в общество (участник или наблюдатель), наличие социальной ниши для мигрантов, а также степень распространенности мигрантофобии [2].

Подтверждение мигрантофобии можно найти в результатах социологических исследований, проведенных в последнее время в России. Местные жители воспринимают любую помощь мигрантам как ущемление их прав. Снижение уровня жизни нередко связывают с наплывом мигрантов. Негативное отношение ведет к формированию у мигрантов негативного образа местного жителя. Возникает замкнутый круг, из которого очень сложно выйти.

Главную роль в установлении мирных отношений между мигрантами и местным населением играет социальная политика государства. Согласно Концепции государственной миграционной политики Российской Федерации на период до 2025 года, важная роль в социокультурной адаптации мигрантов отводится средствам массовой информации.

Ученые давно выявили способность массмедиа формировать общественное мнение. В начале XX века Уолтер Липпман в своей работе «Общественное мнение» сформули-

ровал теорию формирования общественного мнения из сложившихся стереотипов [1]. Особенно опасны стереотипы в межэтническом взаимодействии. Этнические стереотипы провоцируют проявление ксенофобии в обществе и социальные конфликты. Массмедиа играют значительную роль в формировании и укреплении стереотипов в массовом сознании.

Исходя из вышесказанного, важно регулярно отслеживать уровень толерантности российского общества, а также проявление толерантности по отношению к мигрантам в наиболее читаемых общественно-политических СМИ.

Для этого в 2013 году было проведено качественно-количественное исследование крупнейших по охвату аудитории российских печатных общественно-политических СМИ в период с ноября 2012 по февраль 2013 года [4].

В выборку были включены публикации ежедневных изданий «Российская газета» и «Московский комсомолец», а также материалы еженедельника «Аргументы и факты».

Был определен период исследования – с 1 ноября 2012 года по 28 февраля 2013 года, так как в это время произошли важные изменения в российском законодательстве (поправки в ФЗ «О правовом положении иностранных граждан» и в ФЗ «Об образовании» и др.).

В качестве объекта исследования были отобраны публикации о мигрантах, или в которых упоминаются мигранты. Предметом исследования стал образ мигранта в российских общественно-политических изданиях, а также отношение к мигрантам как социальной группе, которое транслируется через печатные средства массовой информации.

Тексты, посвященные мигрантам, занимают незначительное место в печатной прессе. Например, в «Российской газете» за исследуемый период было опубликовано 64 отдельных материала, посвященных мигрантам, что составляет только 1,1% от общего количества публикаций.

Анализ полученных результатов контент-аналитического исследования показал, что российские общественно-политические СМИ не используют свой потенциал для повышения толерантности общества к мигрантам:

- не уделяют достаточно внимания тематическому разнообразию материалов, тем самым поддерживая стереотипы о мигрантах;
- не знакомят свою аудиторию с культурой других народов, традициями и обычаями, даже когда тема миграций стоит на повестке дня;
- не организуют социальный диалог между мигрантами и своей аудиторией.

Необходимо отметить, что в исследуемых материалах полностью отсутствует положительный образ мигранта. На страницах крупнейших печатных изданий мигранты изображены как изолированная группа.

Российские СМИ не знакомят аудиторию с культурой этнических меньшинств. Если обсуждается проблема усилившейся миграции, то самым распространенным решением становится ужесточение законов в отношении мигрантов. При этом не обсуждаются возможности их интеграции и нет конкретных предложений по улучшению межэтнических отношений.

Тем не менее, есть и положительные выводы. Противопоставления «мы – они», «местные – приезжие» встречается в текстах газет редко. Наиболее часто употребляемыми словами по отношению к мигрантам являются «гастарбайтер» и «нелегал».

Большинство проанализированных текстов (76,3%) имеют нейтральный оттенок или отношение автора к проблеме не определяется. В ходе исследования не было зафиксировано использование грубой оценочной лексики, которая напрямую оскорбляла бы честь и достоинство представителей той или иной этнической группы.

Результаты проведенного контент-анализа пересекаются с исследованиями по изучению образа трудового мигранта из Центральной Азии, проведенными Союзом журналистов России и Центром изучения актуальных проблем современной журналистики в 2011 и 2012 годах [3], что подтверждает общие тенденции развития отечественной общественно-политической прессы.

Полученные в ходе исследования данные могут быть полезны специалистам при разработке этических кодексов, особенно в сфере этнической журналистики. Также на их основе можно выработать практические рекомендации для редакций общественно-политических СМИ по реализации интегративной функции журналистики, основывающейся на теоретических разработках ведущих экспертов.

### **Литература**

1. Липпман У. Общественное мнение / Пер. с англ. Т.В. Барчуновой. – М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004.
2. Психологическая помощь мигрантам: травма, смена культуры, кризис идентичности / Под ред. Г.У. Солдатовой. М.: Смысл, 2002. – с. 143-156.
3. СМИ и миграция. – Сборник методических материалов курса. – М.: МедиаМир, 2013. – с. 86-96.
4. TNS Россия: <http://www.tns-global.ru/rus/data/ratings/press/>
5. United Nations: <http://www.un.org/esa/population/publications/migration/>