

УДК 314.74 + 316.774

**И. Б. Бритвина
К. А. Григорьева**

ВЛИЯНИЕ ИНФОРМАЦИИ О ВНЕШНИХ ИНОЭТНИЧНЫХ МИГРАНТАХ НА ОТНОШЕНИЕ К НИМ ЖИТЕЛЕЙ ЕКАТЕРИНБУРГА *

Статья содержит эмпирическое обоснование влияния характера получаемой информации об иноэтничных мигрантах на отношение к ним и к миграционным проблемам в целом. Авторы приходят к выводу о существенном влиянии СМИ на формирование негативного общественного мнения о внешних мигрантах. В условиях динамичного притока иноэтничных мигрантов из стран Центральной Азии это в значительной степени влияет на адаптивность екатеринбуржцев к новой социальной ситуации.

К л ю ч е в ы е с л о в а: иноэтничные мигранты; каналы коммуникации; СМИ; контент-анализ; отношение к мигрантам.

В информационном обществе количество и качество получаемой информации о социальном явлении, социальной группе или индивиде существенно определяет отношение к этому предмету. Причины такого положения дел подробно изучены. Согласно гештальтпсихологии, искаженное восприятие зависит от установок и стереотипов [2]. Стереотипы восприятия являются главными барьерами формирования собственного мнения о предмете. Общеизвестно, что подобные стереотипы в современном мире во многом формируются благодаря сообщениям СМИ [3], что зафиксировано в социологии массовых коммуникаций,

* Статья подготовлена при поддержке гранта РГНФ № 16-33-00010.

БРИТВИНА Ирина Борисовна — доктор социологических наук, доцент, профессор кафедры интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга Института государственного управления и предпринимательства Уральского федерального университета (e-mail: irina.britvina@urfu.ru).

ГРИГОРЬЕВА Ксения Андреевна — магистрант Института государственного управления и предпринимательства Уральского федерального университета (e-mail: ksenia070295@yandex.ru).

© Бритвина И. Б., Григорьева К. А., 2017

в социологии общественного мнения¹. «Новые» медиа также активно участвуют в этом процессе, существенно не отличаясь от традиционных СМИ [4]. Средства массовой информации влияют как на отдельных носителей общественного мнения, так и на социальные группы, формируя устойчивые и долговременные типы восприятия информации.

Методология исследования. Предмет нашего исследования — это влияние характера и содержания получаемой информации о внешних иноэтничных мигрантах на отношение к ним. В мае 2016 г. под руководством одного из авторов статьи по репрезентативной выборке был проведен анкетный опрос 485 жителей Екатеринбурга. Отбор респондентов производился в соответствии с квотной выборкой по полу, возрасту и районам проживания в городе с учетом наличия гражданства РФ. В соответствии с этническим составом Екатеринбурга в выборочной совокупности было представлено 89,7 % респондентов, назвавших себя русскими. Нас интересовало отношение к иноэтничным мигрантам из стран Центральной Азии (казахи, киргизы, таджики, узбеки, туркмены), так как в потоках внешней миграции на территорию России они составляли в разные годы от 50 до 70 %. Применяв при обработке информации метод «сравнения двух групп», мы получили однозначное подтверждение влияния характера информации о мигрантах на отношение к ним со стороны жителей Екатеринбурга, а также на общее восприятие миграционных проблем. Таким образом, мы разделили всех опрошенных на две группы: первая — те, кому о мигрантах из стран Центральной Азии в большей степени известна положительная информация («позитивисты»), вторая — те, кому о них в первую очередь известна отрицательная информация («негативисты»). Уточним, что группа, имеющая больше положительной информации, составляет всего 11,8 % от числа опрошенных, а группа, имеющая больше отрицательной информации, — 56,1 %, что само по себе симптоматично в отношении содержания информации, транслируемой СМИ, как будет показано ниже. Остальные респонденты выбрали вариант «не знаю» (31,1 %) или не дали ответа на вопрос.

Характеристика «позитивистов» и «негативистов». Выделенные нами группы респондентов не обладают какими-то устойчивыми социально-демографическими или этническими характеристиками. Обе группы включают подавляющее большинство этнических русских: 86 % в группе «позитивистов» и 92,3 % в группе «негативистов». Гендерный состав групп показывает, что в первой немного больше женщин: 60,7 % и 52,9 % соответственно. Мужчины преобладают в группе носителей отрицательной информации: 47,1 % и 39,3 % соответственно. Кроме того, в группе «позитивистов» больше сторонников ислама, чем в группе «негативистов» (3,5 % и 1,8 % соответственно). По возрастным и образовательным

¹ Так, например, согласно исследованию, проведенному на Украине в 2008 г., наивысший показатель недружелюбного отношения к другим этносам (28,7 %) у украинской молодежи (от 14 до 35 лет) сложился из сообщений в СМИ, а не на основании собственного опыта. Среди молодежи в возрасте от 14 до 17 лет этот показатель составил 39,7 % [1].

характеристикам группы не имеют существенных отличий. Симптоматичным является тот факт, что в группе «негативистов» более велика доля положительно относящихся к националистическим организациям (8,2 % и 5,3 % соответственно). Такая характеристика двух групп позволяет предположить, что социально-демографические факторы в условиях современной агрессивной информационной среды перестают быть определяющими в формировании отношения к чему-либо.

Результаты контент-анализа новостных сообщений. Перед проведением опроса жителей Екатеринбурга был осуществлен контент-анализ сообщений СМИ о внешней миграции, размещенных на интернет-порталах. Было проанализировано 150 сообщений федеральных СМИ («Первый канал»; «Дождь»; телеканал «Россия»; «ИноСМИ»; новостные ленты «Яндекс.Новости», «Google.Новости» и др.) и 100 сообщений региональных СМИ («66.ру»; «URA.RU»; «УралПолит.ру»; «Урал.ру»; новостные ленты «Яндекс.Новости», «Google.Новости» и др.). Анализ показал, что региональные СМИ дают более высокий процент размещения информации негативного характера о внешней миграции по сравнению с федеральными: 69 % и 49 % соответственно. Позитивная информация преобладает в федеральных СМИ: 29 % и 16 % соответственно. Остальная доля сообщений в СМИ носит нейтральный характер. Таким образом, региональные и федеральные СМИ в первую очередь транслируют негативную информацию о внешних мигрантах, влияя на отношение к ним. Тем более что большинство екатеринбуржцев получают информацию о приезжих именно из СМИ. Понятно, что негативная риторика СМИ проявляется в освещении любой «повестки дня», однако для взаимонастройки россиян и внешних мигрантов при сниженных установках тех и других на интеграцию такой негативизм может играть решающую роль.

Каналы получения информации о мигрантах. Основную информацию о мигрантах из стран Центральной Азии жители Екатеринбурга получают тремя способами (табл. 1):

- из сообщений СМИ: телевидение (56,1 %), «новые» медиа в Интернете (32,2 %), газеты (17,1 %), радио (15,3 %);
- при контактах с родственниками, друзьями и знакомыми (личные встречи — 19,6 %, через социальные сети и другие способы интернет-коммуникации — 15,7 %);
- при контактах с мигрантами (23,7 % — лично, 3,9 % — через социальные сети и другие способы интернет-коммуникации).

Таким образом, не более четверти екатеринбуржцев имеют личные контакты с мигрантами как первоисточник получения информации.

Те, кто имеют больше отрицательной информации о мигрантах («негативисты»), чаще получают ее опосредованно через СМИ и Интернет, а те, кто имеют больше положительной информации, — в основном получают ее из личных контактов с мигрантами (59,6 % представителей этой группы включают их в круг своего общения).

Таблица 1

**Каналы получения сведений о мигрантах
носителями позитивной и негативной информации, % от числа опрошенных***

Канал получения сведений	Имеющие больше положительной информации	Имеющие больше отрицательной информации
Из передач по телевидению	24,6	60,7
Из личных контактов при встречах с самими мигрантами	47,4	18,0
Из контактов с россиянами в сети Интернет, через мобильную связь	5,3	18,8
Из радиопередач	5,3	17,3

* Респонденты могли выбрать неограниченное число ответов.

Отношение к внешней миграции. Получаемая информация о мигрантах влияет и на отношение к внешней миграции в целом. Так, отношение к приему иноэтничных мигрантов имеет различный характер в зависимости от того, какая информация превалирует. Чаще всего отрицательно относятся к факту приема мигрантов те, кто получают в основном отрицательную информацию, а не те, кто имеют больше положительной информации (67,3 % и 17,5 % соответственно), и наоборот. Отметим, что отрицательное отношение к приему мигрантов у представителей обеих групп усиливается в зависимости от места приема мигрантов — в целом Россия или конкретно Екатеринбург (51,3 % и 60,2 % соответственно).

В соответствии с этими позициями проблематизируется и само присутствие мигрантов, которое, по мнению представителей «негативистов», только обостряет имеющиеся городские проблемы (71,3 %). Среди представителей «позитивистов» 45,6 % респондентов, напротив, считают, что присутствие мигрантов способствует решению городских проблем. Кроме того, представители «негативистов» в большей степени уверены, что приезжим из этих стран не надо давать российское гражданство (35,3 % и 5,3 % соответственно). Сходное мнение у представителей обеих групп проявляется лишь в отношении надления мигрантов гражданством — при условии полного соблюдения с их стороны российских законов и культурных норм (табл. 2), что свидетельствует о том, что для россиян важны культурные характеристики приезжих и проблемы безопасности страны.

Требования к мигрантам из стран Центральной Азии. Несмотря на то что восприятие мигрантов как «однозначно чужих» существенно различно (группа «позитивистов» — 10,5 %, «негативисты» — 45,6 %), требования, которые предъявляют представители этих групп к мигрантам, сходны прежде всего в отношении знания русского языка (86 % и 61,4 % соответственно). Остальные требования в разы сильнее у «негативистов». Так, например, характерно различие в оценке степени культуры поведения мигрантов: как низкую ее определили 40,1 %

носителей негативной информации о мигрантах (3,5 % — носителей позитивной информации). Вызывающее поведение молодых мигрантов является проблемой в большей степени для представителей группы «негативистов», чем «позитивистов» (29 % и 12,3 % соответственно). Более чувствительны представители этой группы и к религиозному фактору. Так, принадлежность мигрантов к определенной конфессии гораздо важнее для них, чем для носителей позитивной информации (14,7 % и 3,5 % соответственно). Самым существенным является тот факт, что носители обеих групп имеют разную результативность адаптированности к присутствию повышенного количества приезжих из стран Центральной Азии. Степень адаптированности носителей положительной информации о мигрантах в разы выше, чем носителей отрицательной информации, — 70,2 % и 19,9 % соответственно (табл. 3).

Таблица 2

Мнение носителей позитивной и негативной информации о возможности предоставления российского гражданства мигрантам из стран Центральной Азии, % от числа опрошенных

Варианты ответов	Имеющие больше положительной информации	Имеющие больше отрицательной информации
Не нужно разрешать им получать российское гражданство	5,3	35,3
Давать, но при соблюдении с их стороны наших законов и культурных норм	78,9	60,3
Нужно давать гражданство	15,8	1,1
Не знаю	0,0	3,3

Таблица 3

Степень адаптации к присутствию иноэтнических мигрантов из стран Центральной Азии носителей позитивной и негативной информации, % от числа опрошенных

Варианты ответов	Имеющие больше положительной информации	Имеющие больше отрицательной информации
Да, я вполне привык(ла)	70,2	19,9
Частично привык(ла), но иногда их присутствие меня напрягает	28,1	52,2
Я совершенно не могу привыкнуть к их присутствию в нашем городе	1,8	25,4
Нет ответа	0,0	2,5

Отметим, что большинство екатеринбуржцев (обе группы) представляют процесс адаптации односторонне, считая, что в первую очередь мигранты сами должны меняться, подстраиваясь под требования принимающего сообщества.

Совершенно не готовы менять свои культурные привычки для безболезненного сосуществования с иноэтничными мигрантами на одной территории большинство екатеринбуржцев (56,1 % — «позитивисты», 84,2 % — «негативисты»). Подавляющее большинство представителей группы «носители позитивной информации» не испытывает неприязни ни к каким иноэтничным группам, в отличие от представителей группы «носители негативной информации» (75,4 % и 24,6 % соответственно).

Таким образом, наши данные демонстрируют тот факт, что средства массовой информации (как федеральные, так и региональные) оказывают значительное влияние на формирование общественного мнения об иноэтничных мигрантах. Фактически жители Екатеринбурга не имеют ни возможности, ни мотиваций получать объективную информацию о мигрантах. Культурные барьеры в виде стереотипов, которые также в основном формируются под воздействием СМИ, мешают формированию установок на интеграцию с приезжими. В итоге получается замкнутый круг, движение по которому увеличивает число представителей группы «носители негативной информации». В условиях динамичного притока иноэтничных мигрантов из стран Центральной Азии это в значительной степени влияет на адаптивные способности екатеринбуржцев и на формирование общественного мнения о миграции в целом.

1. *Афанасьева Л. В., Букреева И. В., Глинская Л. Ф., Орлов А. В.* Особенности этнической толерантности молодежи в контексте украинского регионального политкультурного социума // Социол. исслед. 2013. № 7. С. 52–58.

2. *Кочетков В. В.* Национальная и этническая идентичность в современном мире // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 18: Социология и политология. 2012. № 2. С. 144–162.

3. *Окладникова Е. А.* Общественное мнение жителей Санкт-Петербурга о трудовых мигрантах и факторы, его формирующие // Вестн. Нижегород. ун-та им. Н. И. Лобачевского. 2014. № 2 (1). С. 423–430.

4. *Miranda Sh. M., Young A., Yetgin E.* Are Social Media Emancipatory or Hegemonic? Societal Effects of Mass Media Digitization in the Case of the SOPA Discourse // Management Information Systems Quarterly. 2016. Vol. 40, № 2. P. 303–329.

Статья поступила в редакцию 31.01.2017 г.