

ОБРАЗ МИГРАНТА-СОТЕЧЕСТВЕННИКА В СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

М.Н. Ефременкова, В.В. Гриценко
Российская Федерация, Смоленск, СГУ

Исследование проводится при финансовой поддержке РГНФ в рамках научно-исследовательского проекта «Свои или чужие: особенности социально-психологической адаптации соотечественников в России», № 15-06-10188.

Роль средств массовой информации в формировании общественного мнения о миграции и мигрантах нельзя недооценивать. Средства массовой информации (СМИ) могут служить как орудием борьбы с расизмом, ксенофобией, так и способом возникновения и усиления подобных взглядов [4,5], выступать важным ресурсом получения как информационной, познавательной, коммуникативной так и психологической поддержки [2].

В данной статье мы рассмотрим содержание дискурса в СМИ на тему миграции в Россию соотечественников из стран СНГ, в большинстве своем из Украины, под влиянием которого и конструируется в общественном сознании соответствующий образ мигранта-соотечественника.

Нами был проведен обзор публикаций СМИ по теме возвращения на родину соотечественников в период с 01.06.2014 г. по 01.08.2015 г. Отбор ресурсов для анализа был основан на рейтинге цитируемости за 1 квартал 2015 года, составленном компанией «Медиа-логия» (http://www.mlg.ru/ratings/federal_media/). Просматривались публикации по данной проблеме в следующих газетах: «Коммерсантъ», «Известия», «Ведомости», «Российская газета», «Комсомольская правда». Также нас интересовали новостные подборки по теме мигрантов-соотечественников на Интернет-ресурсах с высоким рейтингом цитируемости – rbc.ru, lenta.ru и gazeta.ru. Для создания более весторонней картины нами был проведен обзор сайтов, выдаваемых поисковыми системами Google и Яндекс на запросы типа «русские мигранты», «помощь беженцам», «беженцы из Украины», «русские возвращаются в Россию», «соотечественники возвращаются на родину» и т.п.

Особый интерес представляли для нас публикации, описывающие проблемы соотечественников из Украины, так как подавляющая масса статей про переселенцев за рассмотренный период была посвящена именно злободневной проблеме беженцев из Украины. Нестабильная политическая ситуация и беспорядки вынуждают многих соотечественников и членов их семей решиться на переезд из Украины в Россию. Публикации по проблемам беженцев из Украины можно условно отнести к двум этапам: прибытие основного потока беженцев и адаптация, интеграция их в российский социум.

На первом этапе СМИ информировали население о подготовке властей к приему беженцев, о количестве людей, прибывающих в Россию, о размещении и нуждах беженцев. Приведем несколько типичных примеров статей такого рода: «В областях Черномозья введен режим повышенной готовности» (<http://www.kommersant.ru/doc/2520988>), «С распротертыми убежищами. Субъекты УрФО продолжают принимать беженцев с Украины» (<http://lenta.ru/articles/2014/08/19/refugees>).

Старший научный сотрудник Института социологии РАН Леонтий Бызов в интервью газете «Коммерсант» отметил, что «мощная пропаганда» власти ориентирована на то, чтобы вызвать сочувствие к беженцам у россиян. По его мнению, поэтому люди проявляют готовность помочь тем, кто покинул свои дома и приехал в Россию. «Если эта пропаганда не будет поддерживаться, волна сочувствия сойдет на нет, россияне забудут про беженцев, возможно, они даже будут раздражать граждан», – считает Л. Бызов [3]. Многие журнали-

сты используют в своих статьях апелляцию к братству народов России и Украины для прорисовки не чуждого, не враждебного, а родственного образа мигранта.

В большом количестве встречаются призывы к сбору гуманитарной помощи, описания тяжелого положения прибывающих. СМИ формируют образ беженца, повышают лояльность к нему и призывают оказывать посильную помощь. Характерно, что журналисты, не имеющие на данном этапе в большинстве своем возможности общаться с реальными беженцами, создают обобщенный образ. Используются такие эмоциональные определения, как «потерянные», «убежавшие от войны», «нуждающиеся», «бедные», «беглецы», «жертвы войны» и т.п. Характерный пример статьи такого рода «Встреча. Рассказ смолянки о встрече украинских беженцев» (<http://readovka.ru/blog/society-and-life/2479-vstrecha>).

В целом ряде статей наблюдается представление мигрантов как неодоушевленной массы, потока, хлынувшего в Россию, что может, возможно, способствовать закреплению в сознании россиян предвзятого стереотипа, боязни вторжения «чужих». В то же время, образ России как принимающей страны персонифицируется, и создается образ России гостеприимной, щедрой, многострадальной.

Характерны для публикаций этого периода и попытки объяснить причины переселения, показать всю тяжесть положения русских на Украине. Здесь чувствуется стремление популярно объяснить суть политической ситуации на Украине и обосновать, почему люди вынуждены покинуть свою страну и почему им нужно помогать. В статьях данного этапа приводятся исторические экскурсы, объясняющие русские корни беженцев, иллюстрирующие притеснение этнических русских радикальными группировками, прослеживающие ограничения последних лет в распространении русского языка на Украине. Активно описываются конкретные меры помощи беженцам – сбор одежды, организация бесплатного питания, социальная помощь в оформлении документов, поиске работы, устройстве в детские сады и т.п.

На втором этапе публикаций, когда переселенцы из Украины перестали быть новинкой, журналисты обратили более пристальное персонифицированное внимание на них и попытались проанализировать проблемы их адаптации и интеграции в российский социум. Статьи данного периода описывают конкретные истории семей переселенцев: «Обустройство временного убежища. Как граждане Украины устраиваются в России» (<http://lenta.ru/articles/2014/08/19/refugees/>), «Общее горе. Как украинские беженцы ищут и находят приют в России» (<http://www.rg.ru/2014/07/31/bejenci-site.html>), «Погостили на войне. Кто и как спасает детей с Украины» (<http://www.rg.ru/2014/07/09/astahov-site.html>).

Авторы активно апеллируют к образу соотечественника, вернувшегося на родину из-за невозможности жить на Украине, из-за притеснения со стороны властей. Популярны статьи, описывающие теплый прием российскими семьями беженцев, благодарственные речи за помощь в обустройстве, предоставлении жилья и работы: «В Смоленске приютили семью беженцев из Украины» (<http://www.smol.kp.ru/online/news/1764305/>).

Другие статьи описывают «отрезвляющую российскую реальность» – бюрократические проволочки при оформлении документов, отсутствие подходящей работы, бедность и неустроенность жизни в российской глубинке. Например, следующие статьи: «В ответе за надежду» (<http://lenta.ru/articles/2014/08/19/refugees/>) и «Отрезвляющая смоленская реальность для беженцев из Украины» (http://readovka.ru/blog/society-and-life/2692-smolensk_biet_s_noska).

Часть авторов видит проблему в чрезмерной требовательности и пассивности беженцев, описывает конфликтные ситуации с местным населением. Вот как описывает отношение к себе местных жителей украинка: «Местные по-разному относятся к пере-

селенцам. Одни жалеют, поддерживают, другие говорят о том, что им и самим места мало. А тут еще и нужно кормить других. В разговорах фигурировали и 800 мифических рублей, которые теоретически где-то кому-то из беженцев якобы давали...» (статья «Беженка из Украины опубликовала свои впечатления от жизни в Смоленске» – <http://www.smol.kp.ru/daily/26329.2/3213306/>). Ряд статей вносит «ложку дегтя» в описание адаптации переселенцев – улавливают слухи, зачастую беспочвенные, о нежелании беженцев трудоустроиваться из-за хорошего государственного обеспечения, о выселении студентов из общежития для заселения беженцев («Добро пожаловать или посторонним вход воспрещен», <http://readovka.ru/blog/society-and-life/3047-dobro-pozhalovat-ili-postoronnim-vhod-vospreshhjon> и http://readovka.ru/society/3055-smolensk_students), о больших пособиях беженцев «из кармана налогоплательщика» и т.п. Чаще всего такие слухи озвучиваются в статьях в Интернет-ресурсах, где отсутствует фильтрация информации, а затем опровергается официальными СМИ.

Присущий местному населению страх, что мигранты отнимут и так ограниченные социальные блага, проявляется в ряде публикаций. Официальные СМИ пытаются акцентировать внимание населения на том, что беженцы не несут угрозу на рынке труда, занимают дефицитные вакансии и трудоустраиваются на селе (например, обзор экономических последствий наплыва беженцев в статье «Из жизни отъезжающих» (<http://lenta.ru/articles/2014/07/11/bezhentsy/>)). Как пишет в своей статье председатель исполкома «Форума переселенческих организаций» Лидия Графова: «Но зачем же опустошать другие регионы, когда к нам едут соотечественники, близкие по языку и культуре, готовые специалисты, многие – высококвалифицированные» [1].

Формируется образ беженца, нуждающегося в помощи и поддержке со стороны официальных структур и простых обывателей. На ряде информационных ресурсов появляются целые разделы, посвященные консультированию соотечественников по бюрократическим вопросам переселения в РФ (например, <http://subsidi.net/>, <http://www.9111.ru> и мн. др.). На таких сайтах вопросы юристам задают как беженцы, так и еще планирующие переселиться в РФ граждане Украины. Рассматриваются вопросы получения статуса беженца и гражданства, оформления и восстановления документов, таможенной регистрации имущества, поиска жилья и работы.

Современные СМИ стали более интерактивными, благодаря Интернет-версиям периодических изданий с возможностью комментировать статьи читателями. В социальных сетях, на форумах ежедневно разгораются обсуждения в специальных группах, заметках, статусах, касающихся проблем на Украине. Даже самые нейтральные по содержанию статьи зачастую становятся поводом для эмоциональных дискуссий на тему переселения, национального вопроса, отношений России и Украины.

Итак, анализ опубликованных в СМИ статей на тему миграции позволяет говорить о трансляции, по крайней мере, трех типов образа мигранта-соотечественника.

Первый тип образа содержит преимущественно негативные характеристики, хотя зачастую в завуалированной форме. В его характеристиках выделяются угроза экономическому благосостоянию коренного населения, обострение ситуации с социальными благами (рабочие места, места в садах и школах и т.п.). Сформировавшийся отрицательный социально-психологический фон, созданный журналистами, транслируется аудитории, увеличивая в ней существующие тревогу, недоверие и прочие негативные эмоциональные составляющие социальных установок в отношении мигрантов.

Второй тип образа оценивается в более позитивных, а вернее в позитивно-сострадательных тонах. Соотечественники – это жертвы военных действий и политических репрессий, в большинстве своем простые, бедные люди, оказавшиеся в сложной жизненной ситуации, испытывающие трудности на новом месте жительства, а потому заслуживающие помощи и сострадания.

И третий, хотя и в меньшей степени конструируемый в общественном сознании под влиянием средств массовой миграции образ мигранта-соотечественника таков. Соотечественники – это близкие по языку и культуре люди, готовые специалисты, многие из них – высококвалифицированные, имеющие желание трудиться на благо вновь обретенной родины и способные внести вклад в ее экономику.

Список использованных источников:

1. Графова, Л. Как помочь украинским беженцам обустроиться в России / Л. Графова // Российская газета. 13 сентября 2015 г. [Электронный ресурс]. Режим: доступа: <http://www.rg.ru/2015/08/02/bezhency.html> (дата обращения 12.09.15).
2. Гриценко, В.В., Ефременкова, М.Н. Интернет-форум как среда психологической поддержки супругов из семей трудовых мигрантов в ситуации вынужденного расставания / В.В. Гриценко, М.Н. Ефременкова // Современные исследования социальных наук (электронный журнал). 2013. № 4. Режим доступа: http://journal-s.org/index.php/sisp/article/view/4201323/pdf_75 (дата обращения 12.09.15).
3. Россияне готовы пустить украинских беженцев в свои дома. [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.kommersant.ru/doc/2526779> (дата обращения 12.09.15).
4. Гудков, Л.Д. Смещенная агрессия: отношение россиян к мигрантам / Л.Д.Гудков // Вестник общественного мнения. 2005. Ноябрь-декабрь. № 6 (80). С. 60–77.
5. Мукомель, В.И. Российские дискурсы о миграции / В.И. Мукомель // Вестник общественного мнения. – 2005. – № 1 (75). – С. 49–58.