

СМИ как инструмент культурной адаптации трудовых мигрантов

Научный руководитель – Цветова Наталья Сергеевна

Бауэр Екатерина Сергеевна

Аспирант

Санкт-Петербургский государственный университет, Институт "Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций Кафедра международной журналистики, Санкт-Петербург, Россия
E-mail: bauer.kat@bk.ru

Со второй половины XX века процессы глобализации в сочетании с ростом межнациональной социально-экономической дифференциации способствовали резкой интенсификации миграционных потоков населения, привели к формированию принципиально новой миграционной ситуации в мире. Согласно статистике ИОМ (Международной организации по миграции), в настоящее время на планете насчитывается более 258 миллионов мигрантов, и сотни миллионов людей ежегодно участвуют в различных формах межгосударственного перемещения [4] (как постоянного, так и временного).

Одним из инструментов, который способствует эффективной культурной адаптации мигрантов, являются медиа. Именно СМИ являются одним из основных средств формирования языковой картины мира, образа окружающей человека реальности, в поликультурном социуме - основным средством публичной, организованной межкультурной коммуникации, обусловленной кодами культурными, описанными в свое время В.В. Красных [3], в системе которых в условиях межкультурной коммуникации доминирующее положение как технологически определяющие занимают коды речевые. Роли медиа в процессе культурной адаптации мигрантов посвящены работы многих исследователей: В. А. Ачкасова [1, стр. 41] (общетеоретический подход к проблеме), А. В. Воропаевой [2], Л.П. Громовой и Н. С. Цветовой [5] (методика интенционально-стилистического анализа совокупного газетного текста).

Эмпирическая база: базисными для исследования являются печатные и интернет-издания для мигрантов («Насреддин в России» (2019 г.), «Садои Муходжир» («Голос мигранта») (2021 г.), «Межэтнический информационный центр» (Екатеринбург), ПСП-Фонд (Санкт-Петербург) и другие).

Цель работы — выявление культурно-адаптационных элементов **гипертекста**, в составе которого современные совокупные газетные тексты, сверхзадачей которых является культурная адаптация мигрантов.

Предметом данного исследования являются воздействующие элементы данного гипертекста.

Основной начальной **гипотезой** данного исследования является предположение, что СМИ для мигрантов являются эффективным инструментом культурной адаптации мигрантов в принимающей стране.

Промежуточные результаты. На данном этапе была исследована смысловая структура медиатекстов, целевой аудиторией которых являются мигранты в целом и трудовые мигранты в частности. У них есть специфические особенности: во-первых, они содержат инструменты культурной адаптации для иностранцев, во-вторых, полезную информацию, в-третьих, многие из этих СМИ издаются при активном участии самих мигрантов (например, сборник «Мигрантки советуют мигранткам» (2019 г.), что является важным психологическим моментом, способствующим установлению диалогических отношений. Перевод на языки адресата обеспечивает языковую доступность.

Сам факт наличия таких СМИ, ресурсов и изданий демонстрирует мигрантам, что принимающая сторона заинтересована установлению диалога с ними. Это важный культурный, социальный и политический жест. Это подтверждает не только исследование самих материалов, но и мнение самих мигрантов, которое было получено в результате семиструктурированного интервью. 100% респондентов высказались в поддержку мнения о том, что СМИ для мигрантов оказывают положительное воздействие на их культурную адаптацию.

Результаты данного исследования могут послужить основой для апробации новых решений в России и за рубежом: например, создание новых тематических изданий и Интернет-порталов, в том числе при помощи самих мигрантов, их популяризация и продвижение, внедрение интерактивных и коммуникационных инструментов. Побудительная функция в данном случае играет решающее значение, потому что, несмотря на высокую эффективность специализированных СМИ в рассматриваемом вопросе, их по-прежнему малое количество, что вызывает необходимость в создании новых подобных площадок.

Источники и литература

- 1) Ачкасов В. А. Интеграция трудовых мигрантов в принимающее сообщество: роль СМИ // Политическая экспертиза: ПОЛИТЭКС. – 2011. – Т. 7. – №. 4.
- 2) Воропаева А. В. Основные факторы адаптации мигрантов в инокультурной среде // ПОИСК: Политика. Обществоведение. Искусство. Социология. Культура. – 2017. – №. 5. – С. 57-64.
- 3) Красных В.В. Коды и эталоны культуры (приглашение к разговору) // Язык, сознание, коммуникация : сб. статей. – Вып. 19. – М., 2001. – С. 5–19.
- 4) Музыченко Н. П., Лескова Е. Д. Трудовая миграция и особенности отношения к образу трудового мигранта в СМИ // Актуальные вопросы юридической науки и практики. – 2018. – С. 337-342.
- 5) Gromova L. P., Tsvetova N. S. Foreign Russian Newspaper: Phenomenology of the Periodical // International Review of Management and Marketing. – 2015. – Т. 5. – №. 1S.