

Секция «Миграционные процессы в современном обществе»

## Образ мигранта в СМИ

Научный руководитель – Гребенюк Александр Александрович

*Волкова И.С.<sup>1</sup>, Стрелец М.Ю.<sup>2</sup>*

1 - Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа современных социальных наук (факультет), Москва, Россия, *E-mail: irenevolkova815@gmail.com*;

2 - Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа современных социальных наук (факультет), Кафедра социологии знания, Москва, Россия, *E-mail: irenevolkova815@gmail.com*

В информационном обществе СМИ оказывают влияние на все социальные процессы, в том числе и на миграцию. Очень часто медиа становятся главным инструментом коммуникации для мигрантов и коренного населения. СМИ могут оказывать существенное влияние на процесс адаптации и интеграции мигрантов в культурной среде современного российского общества. Также стоит отметить, что СМИ может транслировать и представление принимающего общества о приезжих, что может стать причиной межнациональных конфликтов [4,280].

Формирование стереотипного отношения к мигрантам у местного населения может привести к проблемам с трудоустройством приезжих (неофициальная работа, попадание в рабство, долговая яма), проявлению ксенофобии среди мигрантов. К сожалению, проблема этнических стереотипов [1,100] не теряет своей актуальности, а с увеличением каналов коммуникации набирает новые обороты.

Также стоит отметить, что средства массовой информации не только транслируют сложившиеся на данный момент стереотипы и установки на восприятие «чужого», но под давлением политики редакции, запросов аудитории и личной позиции журналистов сами способствуют появлению, укоренению и трансформации этих стереотипов [3,288].

Внесение изменений в миграционное законодательство, а также заявления чиновников (требования ужесточения трудовой миграции), наблюдается повышенный интерес к данной проблеме как в СМИ, так и в социальных сетях. Это определяет особую важность таких характеристик массовой информации, как независимость, объективность, экспертность, так как эта информация может стать предпосылкой для усугубления межэтнической напряженности [5,149].

Актуальность исследования обуславливается значимостью анализа изменений образа мигранта, формируемого средствами массовой информации, что позволяет выявить болевые точки во взаимоотношениях между сообществом мигрантов и коренным населением.

В последнее время наблюдается рост научного интереса к исследованиям, посвященным изучению социальных проблем объективного освещения миграции [6,20].

В нашем исследовании для анализа был выбран период 2020-2021 гг. Это период пандемии, которая оказала существенное влияние и на международную миграцию.

В этом исследовании были проанализировали СМИ с помощью метода контент-анализа. Критерием для отбора изучаемых СМИ стал рейтинг количества ссылок на сообщение

СМИ, размещенных пользователями в своих учетных записях в соцмедиа. Для каждого сообщения СМИ извлекается статистическая информация средствами предоставляемыми непосредственно площадками, учитываются сообщения микроблогов (Twitter) и "поделиться" (Facebook, ВКонтакте и Одноклассники).

На первом этапе исследования были проанализированы основные теоретические подходы [2,19] к определению понятий «миграции» и «мигранты» с целью более глубокого понимания использования синонимов в средствах массовой информации. На втором этапе было проведено экспериментальное исследование, выделены индикаторы, по которым был сделан анализ определенных информационных ресурсов.

В результате анализа была определена динамика упоминания мигрантов в российских СМИ в изучаемом периоде с учетом положительной, нейтральной и отрицательной тональности. Также был представлен образ мигранта, характерный для каждого анализируемого средства массовой информации.

В заключение можно отметить, что при анализе медийной политики СМИ преобладает нейтральная тональность в новостях, касающихся мигрантов и их социального существования.

Более отрицательные акценты в освещении мигрантов присущи СМИ с выраженной политической направленностью контента (например издание "Царьград").

Особенности миграционной политики, тех проблем, которые возникают в этой связи в Российской Федерации, приводят к выводу, что медийное освещение данных процессов и проблем должно быть более взвешенным и ответственным, а в контексте СМИ должны преобладать аналитические подходы, а не эмоциональные оценки и суждения.

### Источники и литература

- 1) Арутюнян Ю. В., Дробижева Л. М., Сусоколов А. А. Этносоциология. – М.: Аспект-Пресс, 1999.
- 2) Ионцев В.А. Международная миграция населения: теория и история изучения. М.: ДиалогМГУ, 1999.
- 3) Леонтьев Д.А. Психология смысла. – М., 1999.
- 4) Тоффлер Э. Третья волна: пер.с англ. – М.: ООО «Издательство АСТ», 2004.
- 5) Лазарсфельд П., Мертон Р. Массовая коммуникация, массовые вкусы и организованное социальное действие // Макаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире. М: Аспект-пресс, 2000.
- 6) Wood N., Russel K. Media and Migration: Construction of Mobility and Difference. Taylor & Francis, 2002