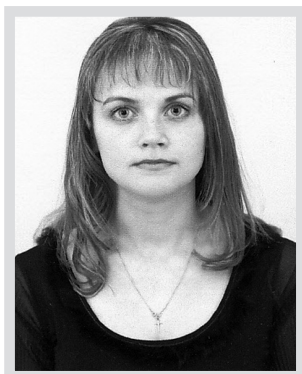


УДК 331.556.4

Визуализация образа трудового мигранта на страницах российских электронных СМИ



Шибанова Н.А.

Кандидат философских наук,
ассистент кафедры конфликтологии
Казанского (Приволжского) федерального университета

Статья посвящена анализу процесса конструирования визуального образа мигранта отечественными электронными СМИ. В ходе исследования выявлены основные тенденции этого процесса, их возможное влияние на восприятие и отношение к мигрантам принимающего сообщества.

Ключевые слова: мигрант, визуальный образ, оппозиция Свои – Чужие, медиа-издания.

Россия подобно многим другим странам столкнулась с миграционными проблемами. События мая 2013 г. в Нурлатском районе Татарстана, июля на Матвеевском рынке г. Москвы, октября в Бирюлево Западное не позволяют назвать восприятие и взаимоотношение между россиянами и трудовыми мигрантами конструктивными. Значительное влияние на сложившуюся ситуацию оказывают СМИ, в том числе электронные, что и определило основную цель исследования: анализ содержания визуального образа трудового мигранта в России на страницах Интернет-изданий и его возможное влияние на взаимоотношения между мигрантами и принимающим сообществом.

Современное телевидение и электронные средства массовой информации оказывают все большее влияние на сознание населения. Печатные журналы, газеты, книги все больше уступают Интернет-изданиям. Особенно ярко данная тенденция проявляется в молодежной среде. Новости и различную информацию молодые люди чаще всего узнают из новостных лент социальных сетей, Интернет-газет и информационных агентств он-лайн, относясь к этой информации с доверием (по данным ФОМ за 2011 г. 37 % молодежи полностью доверяют новостям из социальных сетей «ВКонтакте» и «Одноклассники») [1]. К наиболее популярным Интернет-СМИ, согласно нескольким версиям общероссийских рейтингов [2-5], относятся: «Российская газета» – Официальное издание Российской Федерации онлайн, онлайн издание «РосБизнесКонсалтинг» и

«Коммерсант», Лента.Ру – новостная лента Рамблер онлайн, Российские электронные газеты Дни.Ру и Газета.Ру, сайты газет «Комсомольская правда» и «Московский комсомолец», новостные порталы Новости@Mail.Ru, Яндекс.Новости, Рамблер-Медиа.

Многие материалы, посвященные миграции и освещаемые в вышеперечисленных Интернет-изданиях, сопровождаются фотоснимками. Широко известно, что изображения, в том числе и фотография, привлекают внимание читателей, хорошо запоминаются и оказывают значительное влияние на восприятие информации. Именно фотографии, наряду с заголовком и аннотацией к материалам, призваны привлечь Интернет-читателя, заставить его в современном динамичном мире остановиться, «кликнуть» и ознакомиться с полной версией материала. Если же читатель решит не читать статью, то именно фотоснимок во многом определит его отношение к ее проблематике, существенно воздействует на формирование образа предмета статьи, в нашем случае на формирование образа мигранта.

В сегодняшней России восприятие трудовых мигрантов, их образ нельзя охарактеризовать как позитивные. Социологические опросы фиксируют напряженность в отношениях российского принимающего сообщества к мигрантам. Так, согласно данным Фонда «Общественного мнения» на август 2013 г., 65 % опрошенных россиян относятся к трудовым мигрантам с опаской и настороженностью, опрос этого же времени ВЦИОМа фиксирует уве-

ренность 74 % респондентов в том, что мигранты оказывают отрицательное влияние на страну [6; 7].

Приступая к данному исследованию (которое представляет собой анализ более 500 фотографий, содержащихся в материалах по миграционной проблематике и размещенных в обозначенных Интернет-СМИ в период с января 2013 г. по январь 2014 г.), мы ставили перед собой следующие задачи: выявить основные черты образа мигранта, формируемого электронными СМИ; определить степень соответствия этого образа статистическим и социологическим данным; установить, как этот образ влияет на отношение читателей к трудовым мигрантам.

Первая очевидная тенденция, выявленная в ходе исследования, заключается в том, что подавляющее большинство трудовых мигрантов – мужчины. Снимков женщин – около 8 % (если считать конкретно по персонажам фотографий, то доля женщины составит значительно менее 1 %). Такая ситуация не соответствует гендерной структуре мигрантов, где мужчины составляют от 70 % до 90 %, за исключением мигрантов из Украины и Молдовы (в том случае доля женщин – более 50 %) [8; 9].

Возраст мигрантов на фотографиях в целом совпадает со статистическими данными (средний возраст мигрантов — 31,8 года: для мужчин средний возраст составляет 30,9 года, для женщин – 34 года).

Согласно снимкам Интернет-изданий, только 1 % мигрантов – славяне, остальные 99 % – это жители Кавказа, Центральной и Юго-Восточной Азии (бывшие южные республики СССР, Китай, Вьетнам, Турция), африканского континента. Статистика говорит, что 72 % мигрантов – это жители Центральной Азии, но 15 % мигрантов в РФ из Украины и Молдовы. Малое число мигрантов славянской внешности на снимках не только не соответствует реальности, но и проводит демаркационную линию между мигрантами = не-славянами = Чужими и принимающим сообществом = славянами = Своими для большинства жителей России.

Свой вклад в создании границы между мигрантами и местными жителями вносят снимки с религиозным содержанием. Согласно фотографиям, практически все мигранты – мусульмане. И хотя изображений, где зафиксированы религиозные обряды мене 1 %, но страна происхождения, одежда и аксессуары дают возможность аудитории делать однозначные предположения о вероисповедании мигрантов. 15 % мигрантов-христиан (согласно данным ФМС, ВШЭ) на снимках не представлены, тем самым вычеркивается похожесть, общее между мигрантами и большинством принимающего сообщества, и наоборот, акцентируются различия, вновь мигранты – Чужие противопоставляются Своим.

Сферы трудовой деятельности мигрантов на фотоснимках во многом совпадают с цифрами ФМС и опросами мигрантов. Согласно фотогра-

фиям, мигранты в основном заняты низкоквалифицированным трудом – строительством, торговлей, в ЖКХ. Из всего массива фотоснимков только на трети можно четко определить профессиональную принадлежность мигрантов. Сфера строительства представлена в 41 % случаев (при этом статистика указывает на 37 %, а опрос мигрантов на 23 % мигрантов-строителей). Согласно фотографиям, в торговле заняты 23 % мигрантов (30 % по данным статистики и 36 % по данным опроса мигрантов). В сфере ЖКХ – 20 % мигрантов (13 % по данным опроса мигрантов). В транспортной сфере – 8 % (о 5 % говорит статистика и о 8 % опрос мигрантов). В сельском хозяйстве – 4 % (7 % по данным статистики). В швейных цехах – 3 %. Выявленная тенденция низкоквалифицированного труда мигрантов во многом совпадает с широко распространенными заявлениями о том, что России мигранты нужны для выполнения «грязных» и тяжелых работ, за которые не желают браться россияне. Совпадает и со статистическими данными – высококвалифицированные специалисты и квалифицированные специалисты составляют около 5 % от общего числа мигрантов [10]. Иностранцы специалисты – шеф-повара, тренеры, приглашенные профессора, режиссеры, банковские служащие, руководители предприятий, главные инженеры и т.д. не представлены на фотоснимках, а сами они не ассоциируются с понятием «трудовые мигранты».

При этом тенденция доминирования низкоквалифицированных иностранных рабочих не совпадает с одной из стратегических задач государственной миграционной политики Российской Федерации – «создание условий и механизмов для привлечения востребованных экономикой высококвалифицированных и квалифицированных специалистов разного профиля, предпринимателей и инвесторов, прежде всего, на долгосрочной основе» [11]. Встретилось лишь три фотографии, иллюстрирующие реализацию обозначенной задачи: снимок мигранта-пилота (сопровождал статью об одобрении Правительством России поправок в Воздушный кодекс, согласно которым авиакомпаниям разрешается нанимать иностранных пилотов) и два снимка работников IT-сферы (в материалах о решении Минкомсвязи выделить места для 200 тыс. мигрантов в IT-сектора Москвы) [12; 13; 14]. Эти малочисленные исключения не смогут изменить ни восприятие мигрантов принимающим сообществом, ни отношение к ним. Более того, информация о высококвалифицированных иностранных рабочих не однозначна. С одной стороны, она способствует более положительному восприятию трудовых мигрантов, но с другой – может провоцировать дополнительное напряжение, ощущение конкуренции по отношению к мигрантам. Так, Mail.ru Group оценивает решение о выделении мест мигрантам в IT-секторе как неце-

лесообразное, предлагает создавать отечественную систему профильного образования и предупреждает, что в противном случае ситуация в IT-сфере может ухудшиться [15].

Завершают демографический портрет мигранта сведения о семейном положении. На большинстве фотографии мигранты – одинокие и бездетные мужчины. Женщины на снимках не соответствуют феминным нормам и идеалам принимающего сообщества. Они неухоженные, плохо следят за домом и домочадцами, заняты в сфере торговли или попрошайничеством, привлекая к последнему занятию и детей.

Что касается детей, то их изображения встречаются чрезвычайно редко (всего 11 снимков). В четырех случаях ситуация вполне благополучная: дети в роддоме, детском садике, школе, вместе с любящей мамой. Но три фотографии из представленных вновь посылают не совсем однозначный сигнал: с одной стороны, дети мигрантов позиционируются как «нормальные», интегрировавшиеся в сообщество, но с другой – дети мигрантов предстают «захватчиками», которые «отбирают» бюджетные средства и места в учреждениях образования и здравоохранения у детей местного населения. В семи случаях дети находятся в ненадлежащей ситуации: занимаются попрошайничеством (2 снимка), проживают в грязных неухоженных квартирах (3 снимка), задержаны правоохранительными органами вместе с родителями (2 снимка). Таким образом, тенденцию противопоставления мигрантов – Чужих и местных – Своих можно проследить и в этой сфере.

«Неправильность», отклонение от норм резидентов – самая частая характеристика, которую можно применить к мигрантам, изображенным на фотоматериалах Интернет-СМИ. Причем девиация распространится на все половозрастные группы мигрантов и на все сферы их жизнедеятельности.

Судя по фотоматериалам, у мигрантов «неправильные» женщины, живут они в «неправильных» домах чрезвычайно скученно. Их жилища – грязные, непригодные для «нормального» проживания «нормальных» людей. Часто – это бараки, многоуровневые спальные места, лишённые элементарных бытовых удобств.

Около 10 % фотографий демонстрируют жизнь нелегальных мигрантов в специально оборудованных лагерях, где их быт несколько «нормализуется» благодаря действиям властей. Фотографии фиксируют, что, несмотря на предоставленные возможности, мигранты не в состоянии или не хотят вести домашнее хозяйство на достойном уровне.

На фотографиях «неправильность» мигрантов распространяется и на процесс употребления пищи, который происходит в антисанитарных условиях, на полу, на земле, в грязи. Часто застолья происходят в кругу друзей, родных и коллег, что традиционно оценивается позитивно, однако, общее негативное

впечатление преобладает. Единственный «положительный» посыл идет от снимка, на котором за накрытым столом сидят мужчины и женщины, на окне цветы, но сопровождающая его статья о наказании за незаконную сдачу жилья трудовым мигрантам, поглощает позитивный визуальный ряд [16]. Другое исключение – за «правильными» столами сидят мужчины и женщины, но это – столы в ночном клубе, с алкоголем и кальяном [17]. Остается констатировать, что полностью позитивного впечатления от фотографий, на которых запечатлен процесс принятия пищи, нет.

Встретилось одно интересное и неоднозначное исключение – статья «Таджикский рэп, киргизский клуб» рассказывает о ночной жизни трудовых мигрантов из Средней Азии, которая очень похожа на клубную жизнь российской молодежи [17]. Девушки и мужчины отдыхают, развлекаются, курят кальян, употребляют алкоголь, общаются друг с другом. В этом случае мигранты приближаются к российской норме поведения молодежи, но к норме с отрицательной оценкой, не эталонной. Более того, в этом случае они попадают в маргинальное положение: они выпали из норм своей традиционной культуры, нарушая нормы ислама, и не соответствуют эталонам новой традиционной культуры. Вновь страницы Интернет-изданий транслируют девиантную суть мигрантов, противопоставляют мигрантов и принимающее сообщество по принципу Свои – Чужие.

Традиционно, Чужие – источник угрозы, и многие фотографии позиционируют мигрантов как источник различных угроз. К первому виду угроз можно отнести нелегальный и криминальный характер миграции. На каждой третьей фотографии мигранты изображены за решеткой, в качестве задержанных, в сопровождении полицейских, работников ФМС, инспекторов ДПС. Наиболее часто мигранты нарушают миграционное законодательство, являются виновниками аварий, совершают изнасилования, убийства, торгуют наркотиками. Следующий вид угрозы, исходящий от мигрантов, – опасные заболевания (ВИЧ, туберкулез и т.д.), носителями которых они являются. Необходимо оговориться, что многие фотографии, транслирующие идею угрозы от мигрантов «безобъектные». Как «безобъектные» можно охарактеризовать около 10 % всех фотографий, такие снимки сопровождают материалы о мигрантах, но на них сами мигранты не изображены. На снимках те или иные проблемы миграции олицетворяют фигуры полицейских и сотрудников ФМС, символы преступлений (наручники, пакетики с наркотиками, оружие), пробирки с кровью и т.д. Другая угроза, провоцирующая тревожность, ощущение неуправляемости миграцией, захвата и подавление мигрантами принимающего сообщества – это массовость миграции. На 50 % фотографий мигрантов более четырех. На многих снимках мигранты пред-

ставлены толпой. Таким образом, изображения мигрантов как угрозы широко распространены и явно не способствуют снятию напряжения во взаимодействии мигрантов и принимающего сообщества.

Последняя выявленная тенденция и не содержащая явных негативных посылов – процесс обучения мигрантов (что запечатлено на 4 % фотографий). Относительная популярность подобных снимков связана с вступлением в силу Закона об обязательном знании русского языка трудовыми мигрантами, работающими в сфере ЖКХ, торговле и бытовом обслуживании, с последующим распространением этого требования на всех трудовых мигрантов. Этим фотографиям присуща интересная тенденция – на них достаточно высокая доля женщин – около 50 %.

Итоговый портрет трудового мигранта в России на страницах Интернет-изданий складывается следующим образом: мигрант – это молодой, одинокий мужчина-мусульманин с Востока, не интегрированный в принимающее сообщество. Он занимается низкоквалифицированным трудом, близок к криминалу, часто является угрозой для резидентов, склонен объединяться в толпу, нередко нарушает различные нормы и в целом он – «неправильный» человек. Получившийся портрет далеко не всегда соответствует реальности. Создавая визуальный образ мигранта, электронные СМИ умышленно или неумышленно выводят его за нормативные рамки, позиционируют его как Чужого. Мигрант-Чужой во всем отличается от Своих (внешностью, верой, обычаями и т.д.), что не способствует нормализации взаимоотношений между резидентами и мигрантами.

Приписывание и перманентная актуализация атрибутов Чужого иностранным работникам может способствовать переводу мигрантов в разряд крайнего случая Чужого – Врага. Мигрант как Враг или как Чужой создает чувство опасности, напряжения и тревожности в принимающем сообществе. Известно, что процесс конструирования Врага способствует консолидации и мобилизации общества. Однако, этот процесс не будет способствовать налаживанию отношений между мигрантами и принимающим сообществом, что необходимо в современном глобализирующемся мире, для которого миграция стала неотъемлемой чертой. А значит, выпуская материалы о проблемах миграции, привлекая к ним внимание аудитории, особенно молодежи (для которой характерна специфическая эмоциональность и склонность к максимализму) авторам необходимо подходить к выбору фотоматериалов с особенной тщательностью.

Литература:

1. Жебит М. Газетам советуют сдать. Социальные сети становятся новыми СМИ // Интернет-портал «Российской газеты». 2011. 11 февраля. – URL: <http://www.rg.ru/2011/02/11/internet.html> (дата обращения: 11.02.2014).
2. ТОП 30 – Рейтинг информационных агентств // Рейтинг постов русскоязычной блогосферы. – URL: <http://www.t30p.ru/Smi.aspx114584> (дата обращения: 11.02.2014).
3. СМИ – рейтинг сайтов рунет топ 10 // Рейтинг сайтов рунет топ 10. – URL: <http://runet.puler.ru/smi.htm> (дата обращения: 11.02.2014).
4. Рейтинги СМИ Интернет // Медиалогия – мониторинг СМИ и медиа анализ. – URL: <http://www.mlg.ru/ratings/> (дата обращения: 11.02.2014).
5. Рейтинг HotLog: Новости/СМИ – Интернет-издания // HotLog. – URL: <http://hotlog.ru/top/cat?id=80010&period=month> (11.02.2014).
6. Отношение к проблеме трудовых мигрантов // Сайт Базы данных Фонда «Общественное мнение». 2013. 22 августа. – URL: <http://bd.fom.ru/pdf/d33okptm13.pdf> (дата обращения: 11.12.2013).
7. Амнистия для мигрантов: за и против // Сайт Всероссийского центра изучения общественного мнения. Пресс-выпуск № 2442. 2013. 30 октября. – URL: <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=114584> (дата обращения: 11.02.2014).
8. Статистические сведения по миграционной ситуации в Российской Федерации // Сайт Федеральной миграционной службы. – URL: <http://www.fms.gov.ru/about/statistics/data/> (дата обращения: 11.02.2014).
9. Социологи ВШЭ составили портрет гастарбайтера // Сайт Мигрант.Фергана.Ру 2013. 20 сентября. – URL: <http://migrant.ferghana.ru/newslaw/chronicle/социологи-вшэ-составили-портрет-гаст.html> (дата обращения: 11.02.2014).
10. Глава Федеральной миграционной службы: «Нам нужны высококвалифицированные специалисты» // Интернет-портал «Аргументы и факты в Удмуртии». – URL: http://www.udm.aif.ru/society/society_details/199815 (дата обращения: 11.02.2014).
11. Концепция государственной миграционной политики Российской Федерации на период до 2025 года // Официальный интернет-сайт Президента России. – URL: <http://kremlin.ru/acts/15635> (дата обращения: 11.02.2014).
12. Поливанов А. Куда летим, шеф? [Электронный ресурс] // Сайт «Лента.Ру» 2013. 6 декабря. – URL: <http://lenta.ru/articles/2013/12/06/avia/> (дата обращения: 11.02.2014).
13. Минкомсвязи подготовило места 200 тыс. мигрантов в IT-сфере Москвы // Сайт РосБизнесКонсалтин 2013 г. 25 октября. – URL: <http://top.rbc.ru/economics/25/10/2013/884849.shtml> (дата обращения: 11.02.2014).
14. В Россию хотят пригласить тысячи мигрантов // Интернет газета Дни.ру 2013 г. 25 октября. – URL: <http://www.dni.ru/society/2013/10/25/262645.html>

15. Mail.ru Group выступила против мигрантов в IT-отрасли // Сайт «Лента.Ру» 2013. 28 октября. – URL: <http://lenta.ru/news/2013/10/28/mailmigrants/> (дата обращения: 11.02.2014).
16. Фалалеев М. Ни сдать, ни снять. За незаконную сдачу жилья можно сесть на три года // Интернет-портал «Российской газеты» 2013. 22 октября. – URL: <http://www.rg.ru/2013/10/22/zhilyo.html> (дата обращения: 11.02.2014).
17. Виноградов Д. Таджикиский рэп, киргизский клуб. Ночная жизнь гастарбайтеров // Сетевое издание «РИА Новости» 2013. 27 ноября. – URL: <http://ria.ru/ocherki/20131127/979852536.html> (дата обращения: 11.02.2014).

Visualization of the Image of Migrant Workers in Russian Electronic Mass-media

N.A. Shibanova
Kazan (Volga Region) Federal University

The paper dwells upon the process of construction of visual image of migrant by domestic electronic mass-media. The author reveals main tendencies of the process and their impact on perception and attitude to migrants in the society.

Key words: migrant, visual image, opposition “Us – Them”, media-issues.

