

Штрихи к портрету мигранта: результаты опроса московской аудитории Интернета

Д. Ю. ЗУБАРЕВ

(МОСКОВСКИЙ ГУМАНИТАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ)

В статье анализируется мнение московской аудитории Интернета о мигрантах. На основе эмпирических данных рассматриваются некоторые элементы образа мигранта.

Ключевые слова: общественное мнение, онлайн-опрос, интеллигенция, миграция, чужак, блог, Москва.

Низкая производительность труда плюс старение и убыль населения на одной территории порождают спрос на приток рабочих рук из других территорий. Москва, как известно, является центром притяжения внутренних мигрантов и граждан других государств. Количество ежегодно становящихся на миграционный учет в столице составляет более полутора миллиона человек (Официальные статистические данные..., 2011: Электр. ресурс). Динамично меняющийся состав населения столицы не может не влиять на социальное самочувствие местных жителей.

Для регуляции миграционных процессов необходимо понимать, как воспринимает мигрантов коренное население. В каких сферах сталкиваются мигранты и старожилы? Какие стереотипы существуют в массовом сознании москвичей? Ответы на эти вопросы могут стать базой для корректировки миграционной политики.

При рассмотрении данных вопросов обнаруживается проблема восприятия мигранта как «чужака». Так может расцениваться индивид, даже формально являющийся москвичом, т. е. имеющий постоянную регистрацию в столице, проживающий в ней длительное время, но демонстрирующий образцы поведения, воспринимаемые остальными как инокультурные. И наоборот — индивид, формально мигрант, признается «своим», когда его образцы поведения не диссонируют с общепринятыми. К «чужакам» можно отнести не только мигрантов, но и всех тех, находящихся в Москве, кто социализировался в иной культурной среде, поскольку именно через поведение проявляются культурные коды. Отношение москвичей к «чужакам» возникает в процессе взаимодействия с ними в быту, на улице, в транспорте и т. д.

Противопоставление «свой — чужой» основывается в первую очередь на степени культурной дистанции между старожилами и мигрантами. Вступают в противоречия культурные нормы, свойственные различным этническим общностям. Под мигрантами подразумеваются люди, прибывшие в Москву с целью смены места жительства или временного пребывания, обусловленного преимущественно поиском и заполнением незанятых рабочих мест.

В статье представлены результаты опроса, который проведен автором в Интернете в период с октября 2011 г. по январь 2012 г. включительно. Учитывалось мнение респондентов старше 13 лет, которые прожили в Москве не менее года. Среди 1815 чел., приславших ответы, оказалось 63,1% мужчин и 36,9% женщин. Молодежь от 14 до 30 лет составила 46,1%. К обработке было принято 1703 анкеты.

Около 90% респондентов представляют аудиторию блога «Свободное общение» (www.teh-nomad.livejournal.com). Смещение выборки можно объяснить тематикой материалов данной веб-страницы и в связи с этим специфической аудиторией. Индивиды, составляющие эту группу, одновременно входят и в другие общности, имеют особые социально-демографические характеристики. Как известно из опыта эмпирических исследований, мнение респондента во многом зависит от принадлежности к определенной половозрастной группе. Путем взвешивания наблюдений половозрастная структура выборочной совокупности была пропорционально приближена к генеральной. Для этого наблюдениям присвоены коэффициенты, на основе которых происходили последующие расчеты. За эталон принята половозрастная струк-

тура, полученная в результате исследования, проведенного компанией TNS Россия в декабре 2011 г. (Web Index Report, 2011: Электр. ресурс). После взвешивания доля мужчин в выборке составила 51,2%, женщин — 48,8%. Молодежь в возрасте от 14 до 30 лет составила 33,7%.

подавляющее большинство опрошенных имеют высшее образование — 73,8%. Что касается рода занятий работающих пользователей Интернета, то получены ответы от 77,2% участников. Результаты по 20 наиболее распространенным должностям и специальностям следующие: инженер, менеджер, директор, руководитель, специалист, начальник отдела, программист, юрист, дизайнер, предприниматель, переводчик, экономист, сисадмин, бухгалтер, врач, преподаватель, научный сотрудник, редактор, аналитик, маркетолог. Таким образом, наши респонденты — по большей части московская интеллигенция, активно пользующаяся Интернетом.

По национальному составу выборочная совокупность характеризуется следующим образом: русские — 86,6%, евреи — 1,6%, украинцы — 1,6%, татары — 1,5%, армяне — 0,8%, остальные национальности — 6,5%. Пропорции национального состава выборки близки к результату переписи москвичей 2010 г. Тогда русские составили 91,6%, украинцы — 1,4%, татары — 1,4%, армяне — 1%, евреи — 0,5% (Национальный состав..., 2011: Электр. ресурс).

Итак, кто такой мигрант в глазах москвича — пользователя Интернета? Наиболее распространенные ассоциации у респондентов со словом «мигрант» составили следующий ряд в порядке убывания: «таджик», «гастарбайтер», «приезжий», «преступность», «грязь», «дворник», «чурка», «беженец», «чужой», «криминал», «переселенец», «дешевая рабочая сила», «иностранец», «нелегал», «ни с чем», «рабочий», «Кавказ» («кавказец»), «бедность», «понаехали», «переезд». Предложение закончить фразу «Москва с притоком мигрантов становится...» дало преимущественно отрицательные характеристики: «хуже», «грязнее», «опаснее», «больше», «помойка», «теснее», «чище», «Москвабад», «перенаселенная»,

«другая», «многолюднее», «лучше», «чужая», «аул», «многонациональная».

Наличие опыта личного взаимодействия, его характер во многом определяют мнение москвичей о мигрантах. Среди друзей нет мигрантов у большинства (70,0%) опрошенных. Есть примерно у каждого пятого (18,4%). Друзья-мигранты прибыли из Украины, Армении, Узбекистана, Таджикистана, Белоруссии, Грузии, Казахстана, Молдавии, регионов России, Азербайджана. По национальностям это русские, украинцы, армяне, грузины, таджики, белорусы, узбеки, татары, азербайджанцы, молдаване.

По наличию знакомых среди мигрантов опрошенные разделились примерно на равные доли: есть — у 45,8% участников опроса, нет — у 43,1%. Перечень территорий отличается незначительно от предыдущего: Таджикистан, Украина, Узбекистан, Армения, Молдавия, Азербайджан, Казахстан, Киргизия, Белоруссия, Грузия. По национальностям это русские, таджики, узбеки, украинцы, киргизы, молдаване, азербайджанцы, белорусы, грузины, казахи.

У 40% опрошенных среди соседей есть мигранты. По территории это Таджикистан, Узбекистан, Армения, Азербайджан, Кавказ, Киргизия, Средняя Азия, Украина, Грузия, Дагестан. По национальностям таджики, узбеки, русские, азербайджанцы, армяне, киргизы, грузины, украинцы, молдаване, «кавказцы».

Среди друзей и знакомых чаще других назывались русские мигранты. В ответах о национальностях мигрантов-знакомых и мигрантов-соседей обнаруживается упоминание экзотного — «чурки». Кроме того, он встречался среди ассоциаций со словом «мигрант». Закономерно, что среди мигрантов-друзей их нет, среди мигрантов-знакомых — три, а среди мигрантов-соседей — пять. Можно предположить, что именуют «чурками» мигрантов, мало или совсем не понимающих русский язык. Вероятно, так называют знакомых и соседей, чья этническая принадлежность респонденту неизвестна, и его отношение к приезжим подчеркнуто негативно. Происхождение названия «чурки», как и «чурбаны», свя-

зано со сравнением собеседника, не понимающего язык, с деревянной чуркой или чурбаном (обрубком дерева, бревна). Аналогично возник в свое время экзоэтноним «немец», который обозначал человека, говорящего неясно, непонятно. Одновременно «немец» — это «немой», в смысле «не мой» — иной, чужой (Белобородова, 2000: 102).

По оценке чуть более трети пользователей Интернета, большинство мигрантов в Москве владеют русским языком «скорее плохо», примерно треть считает, что «плохо», каждый пятый — «средне». И только 3,6% — «скорее хорошо».

Беседы мигрантов между собой на родном языке большинством респондентов (64,8%) воспринимаются настороженно. Лишь 10,3% относится к этому факту с пониманием, 24,4% — безразлично.

Русских, приехавших в Москву из российской провинции, большинство участников опроса (76,4%) не считает мигрантами. К мигрантам их относит каждый пятый (19%).

Впечатление от личного общения с мигрантами у трети респондентов «нейтральное», у другой трети — «скорее отрицательное», примерно у каждого пятого — «отрицательное», у 7,7% — «скорее положительное», у 3,1% — «положительное», 3,6% ответили — «не имею опыта личного общения». Половина опрошенных имеет отрицательное впечатление от общения с мигрантами. Впечатление от личного общения с мигрантами «положительное» у 8,1% тех респондентов, которые имеют друзей-мигрантов, и только у 1,4%, которые не имеют друзей-мигрантов. Наблюдается слабая положительная корреляция между переменными, отражающими «наличие друзей-мигрантов» и «впечатление от личного общения с мигрантами». Те, у кого имеются друзья среди мигрантов, чаще свидетельствовали о положительном впечатлении от личного общения с мигрантами (коэффициент корреляции Пирсона без учета затруднившихся с ответом и не имеющих опыта личного общения с мигрантами $r = 0,316$, $p = 0,000$). Подобная ситуация с теми, кто ответил о наличии знакомых-мигрантов (коэффициент корреляции $r = 0,282$, $p = 0,000$). Но в ответах не обна-

ружилась связь между наличием у респондентов соседей-мигрантов и впечатлением от личного общения с мигрантами. Следует упомянуть, что корреляция указывает на взаимную, но не на причинно-следственную связь между переменными.

Безусловно, при существующем количестве и разнообразии средств массовой информации важно, как представлен мигрант в материалах СМИ. По данным проведенного исследования, большинство респондентов отмечают, что в СМИ демонстрируется отрицательный образ мигранта (65%). 14% определили этот образ как «нейтральный», 13% — как «положительный».

Наблюдается слабая положительная корреляция между переменными «пол» и «характер образа мигранта, обычно демонстрируемый в средствах массовой информации». Образ мигранта, демонстрируемый в средствах массовой информации, женщины чаще оценивают как отрицательный (коэффициент корреляции Пирсона без учета затруднившихся с ответом $r = 0,149$, $p = 0,000$).

Известно, что во многом формирует мнение индивида семья. Общая атмосфера, оценки и аргументы при обсуждении различных явлений в кругу семьи в значительной мере определяют его суждения. Отношение в семье к мигрантам половина опрошенных охарактеризовала как негативное, треть — как нейтральное, 13% — как доброжелательное.

Наблюдается значительная положительная корреляция между переменными, отражающими «отношение в семье к мигрантам» и «впечатление от личного общения с мигрантами». Чем негативнее отношение в семье к мигрантам, тем отрицательнее впечатление от личного общения с мигрантами (коэффициент корреляции Пирсона без учета затруднившихся с ответом и не имеющих опыта личного общения с мигрантами $r = 0,691$, $p = 0,000$).

Национальная терпимость мигрантов, по мнению респондентов, выглядит следующим образом: «к людям не своей национальности мигранты относятся хуже, чем к своей» — 70%, «так же, как к своей» — 8,2%, «лучше, чем к своей» — 0,9%. Затруднились ответить 20,6%,

Приведенные данные соотносятся с ответами на вопрос об этнической клановости и солидарности мигрантов. Подавляющее большинство (84,3%) считают, что мигранты больше, чем москвичи, сплочены и помогают друг другу.

При этом 41,7% респондентов считают, что мигранты трудолюбивее москвичей, 25,4% — «в среднем, как москвичи», 16,8% — «менее трудолюбивы, чем москвичи», 15,3% затруднились с ответом.

Пьянство в России является социальной проблемой. Злоупотребление алкоголем осуждалось обществом во все времена. 43,5% опрошенных считают, что «мигранты, так же как москвичи, склонны к пьянству и вредным привычкам», 26,5% — «мигранты меньше, чем москвичи, склонны к пьянству и вредным привычкам», 12,6% — «мигранты, больше, чем москвичи, склонны к пьянству и вредным привычкам». 16,4% затруднились ответить.

Попытка выявить позитивные и нейтральные характеристики мигрантов посредством косвенных вопросов дала следующие результаты: 60,1% считают, что «мигранты работают там, где не хотят работать москвичи», 15,8% — «мигранты привозят в Москву дешевые товары и продукты», 11,7% — «мигранты дешево и качественно ремонтируют квартиры, строят дома», 8,2% — «мигранты пополняют Москву молодыми и энергичными людьми», 7,6% — «мигранты вкусно и дешево готовят еду», 0,5% — «мигранты показывают пример культурного поведения». Но 35,6% респондентов не согласились ни с одним предложенным высказыванием.

Аналогичным образом выяснялось отрицательное отношение к мигрантам. Большинство интернет-пользователей (64,9%) считают, что «мигранты увеличивают уровень преступности в Москве», половина (49,7%) — «мигранты разрушают сложившийся уклад местной жизни», 42,9% — «мигранты агрессивно ведут себя в отношении местного населения», 30,7% — «мигранты отнимают рабочие места у москвичей», 27,7% — «мигранты способствуют снижению качества образования в школах», 12,1% — «мигранты способствуют росту стоимости жилья», 4,8% — «мигранты способствуют

снижению доступности социальных услуг», 1,9% — «мигранты способствуют росту цен на продукты и товары первой необходимости», 1% — «мигранты демонстрируют более высокий уровень достатка». В этом случае доля не согласившихся ни с одним высказыванием гораздо меньше — 10,2%.

Более половины участников опроса (57,5%) согласны с утверждением — «мигранты совершают преступления чаще москвичей», 14,6% ответили — «мне об этом ничего не известно», 12,1% — «мигранты совершают преступления в среднем, как москвичи», 10,7% — затруднились с ответом, 4,3% — «мигранты совершают преступления реже москвичей». Кроме того, половина пользователей Интернета считает, что «мигранты чаще, чем москвичи, дают взятки».

Здесь наблюдается слабая положительная корреляция между возрастом респондентов и ответами на вопрос о даче мигрантами взяток. Среди представителей возрастной группы старше 29 лет больше, чем среди молодежи с 14 по 29 лет, распространено мнение, что мигранты чаще москвичей дают взятки (коэффициент корреляции Спирмена, без учета затруднившихся с ответом $r = 0,253$, $p = 0,000$).

По мнению половины респондентов (48,8%), мигранты ведут себя агрессивно, идут на конфликты чаще, чем москвичи. При этом личный опыт конфликтных ситуаций с приезжими есть у 43,2% опрошенных. В результате если взять за 100% тех, кто считает, что мигранты конфликтней москвичей, то 70,2% из них сталкивались с подобными случаями лично.

Анализ оценок мигрантов респондентами на уровне эмоций-чувств также выявил преобладание негативных характеристик. У большинства опрошенных (67,6%) мигранты вызывают «недоверие», у трети (34,6%) — «отвращение» и «возмущение», у 22,2% — «страх», у 17,2% — «ненависть». Треть опрошенных (31,8%) безразлична к мигрантам. Позитивные эмоции-чувства возникают у меньшей доли пользователей Интернета: 43,7% испытывают «сочувствие», 6,9% — «уважение», 4,7% — «симпатию», 3,6% — «благодарность», 1,2% — «доверие», 0,7% — «восхищение», 0,6% —

«любовь». Кроме того, некоторые респонденты внесли свои варианты в поле «другое». Приведем встречающиеся более одного раза (при отборе вес наблюдения не учитывался): брезгливость, настороженность, неприязнь, жалость, антипатия, интерес, раздражение. И здесь преобладание негативных эмоций.

Наиболее характерные признаки мигрантов, выявленные на основе ответов на открытый вопрос (ответили 61,7% респондентов), в обобщенном виде выглядят следующим образом: нежеланные гости, которые много работают, но без энтузиазма, малообразованны, не профессиональны, бедны, плохо одеты, грязны, склонны к криминалу, шумны, наглы, агрессивны, презирают русских, плохо владеют русским языком, имеют азиатские или кавказские фенотипические признаки. Но в то же время респонденты в приезжих не видят пьяниц.

Подавляющее большинство пользователей Интернета (79,8%) считают, что нужно ограничить въезд мигрантов в Москву. Среди тех, у кого имеются друзья-мигранты, за ограничение высказались 64,2%, против — 24%. Среди тех, у кого отсутствуют друзья-мигранты, за ограничение высказались 85%, против — 7,9%. Список тех, для кого нужно ограничить въезд в Москву в первую очередь (допускалось отметить не более пяти вариантов), выглядит следующим образом: чеченцев — 54,8%, «кавказцев» — 53,8%, дагестанцев — 50,2%, таджиков — 48,5%, азербайджанцев — 37,8%, цыган — 37,3%, узбеков — 28,1%, китайцев — 15,9%, африканцев — 9,2%, грузин — 8,8%, молдаван — 7,1%, армян — 5,8%, евреев — 3,1%, казахов — 3%, мигрантов из российской провинции — 1,8%, украинцев — 1,7%, татар — 0,9%, швейцарцев — 0,7%, японцев — 0,6%, эстонцев — 0,5%, белорусов — 0,4%. Вариант «других» выбрали 5,8% респондентов. Более одного раза внесены следующие варианты (приводится в порядке от большей частоты упоминаний к меньшей, без учета веса): киргизов, вьетнамцев, нелегалов, выходцев из Средней Азии, ингушей, иностранцев.

Москвичи проявляют значительную солидарность в негативной оценке приезжих — выходцев из Кавказа. Независимо от того, яв-

ляются они внутренними мигрантами или внешними. А также весьма высок уровень неприязни таджиков и цыган. Соответственно те, кто набрал меньше голосов, могут рассматриваться как более желательные мигранты.

Наблюдается слабая положительная корреляция между возрастом респондентов и уровнем неприязни африканцев. Чем старше респондент, тем выше вероятность того, что он высказался за ограничение въезда для африканцев (коэффициент корреляции Спирмена $r = 0,260$, $p = 0,000$). Из 100% молодых респондентов в возрасте 14–29 лет за ограничение высказались 2,6%, из 100% представителей старших возрастов — 12,4%.

Можно сделать вывод, что широко освещенные в СМИ события, такие как противостояние России и Грузии в 2008 г., история с переносом бронзового солдата в Эстонии, спор с Японией о принадлежности части Курил, практически не отразились на оценке респондентами приезжих из этих стран.

Среди признаков мигрантов в сознании москвичей элементы религиозной культуры представлены незначительно. Обнаруживается, что, например, татары не вызывают у москвичей острого неприязни, несмотря на их преимущественную принадлежность к исламу.

Роль СМИ в формировании общественного мнения о мигрантах сомнительна. Личный опыт взаимодействия и отношение к мигрантам в семье обычно оказывает большее влияние. При этом следует учесть специфику выборки. Это образованные москвичи с критическим мышлением, пользующиеся Интернетом, являющиеся читателями блогов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Белобородова, И. Н. (2000) Этноним «немец» в России: культурно-политологический аспект // *Общественные науки и современность*. № 2. С. 96–102.

Национальный состав населения по субъектам Российской Федерации (2011) [Электр. ресурс] // Портал «Всероссийская перепись населения 2010 года». URL: http://www.perepis-2010.ru/results_of_the_census/tab7.xls (дата обращения: 12.05.2012).

Официальные статистические данные о деятельности УФМС России по г. Москве за 2010 г.,

2011 г., 2012 г. (2012) [Электр. ресурс] // Управление Федеральной миграционной службы по г. Москве. URL: <http://www.fmsmoscow.ru/pr/stat/> (дата обращения: 07.06.2012).

Web Index Report (2011) [Электр. ресурс] // TNS. URL: <http://www.tns-global.ru/media/content/B7525726-B5E1-4C12-BE25-4C543F42F3EE/!Web%20Index%20Report%20201112.zip> (дата обращения: 07.06.2012).

*TRAITS TO THE PORTRAIT OF THE MIGRANT:
THE RESULTS OF A SURVEY OF MOSCOW
INTERNET AUDIENCE*

D. Yu. Zubarev

(Moscow University for the Humanities)

The article analyzes the opinions of Moscow Internet users about migrants. On the basis of empirical data, the author considers some elements of the image of the migrant.

Keywords: public opinion, online poll, intelligentsia, migration, the stranger, blog, Moscow.

BIBLIOGRAPHY (TRANSLITERATION)

Beloborodova, I. N. (2000) Etnonim «nemets» v Rossii: kul'turno-politologicheskii aspekt // *Obshchestvennye nauki i sovremennost'*. № 2. S. 96–102.

Natsional'nyi sostav naseleniia po sub'ektam Rossiiskoi Federa-tsii (2011) [Elektr. resurs] // Portal «Vserossiiskaia perepis' naseleniia 2010 goda». URL: http://www.perepis-2010.ru/results_of_the_census/tab7.xls (дата obrashcheniia: 12.05.2012).

Ofitsial'nye statisticheskie dannye o deiatel'nosti UFMS Rossii po g. Moskve za 2010 g., 2011 g., 2012 g. (2012) [Elektr. resurs] // Upravlenie Federal'noi migratsionnoi sluzhby po g. Moskve. URL: <http://www.fmsmoscow.ru/pr/stat/> (дата obrashcheniia: 07.06.2012).

Web Index Report (2011) [Elektr. resurs] // TNS. URL: <http://www.tns-global.ru/media/content/B7525726-B5E1-4C12-BE25-4C543F42F3EE/!Web%20Index%20Report%20201112.zip> (дата obrashcheniia: 07.06.2012).