УДК 325.1 + 378.115.15

Е. В. Грунт

ИМИДЖ МИГРАНТОВ ИЗ МУСУЛЬМАНСКИХ СТРАН В ПРЕДСТАВЛЕНИЯХ РОССИЙСКИХ СТУДЕНТОВ: РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ

В статье рассматривается отношение российских студентов к имиджу мигрантов из мусульманских стран. Основными целями этого исследования являются определение мнения студентов об имидже мигрантов, практикующих ислам в современном российском обществе, и выяснение уровня толерантности российских студентов к мигрантам, исповедующим ислам. Автором делается вывод о том, что образ ислама, по мнению российских студентов, в основном отрицательный. Отрицательное отношение респондентов к выходцам с Южного Кавказа, из Кыргызстана, Таджикистана, Узбекистана, к людям, исповедующим ислам в целом, с одной стороны, связано с различиями в системах ценностей, форм поведения и уровня притязаний мигрантов, с другой — с их личностными особенностями (агрессия, нетерпимость к другим конфессиям, терроризм и т. д.). В исследовании выявлены факторы, влияющие на формирование негативного имиджа выходцев из мусульманских стран.

К л ю ч е в ы е с л о в а: мигранты, студенты, мусульманские страны, имидж, трудовые мигранты.

Введение в исследовательскую проблему

Конец XX и начало XXI в. характеризуются процессами глобализации: разрушением этнических и культурных границ, макдонализацией, унификацией культуры и высоким уровнем миграции населения. Люди и народы начинают жить в новом пространстве. Они потеряли свое прежнее представление о его формах и границах. Высокий уровень миграции приводит к значительным изменениям в этнической, религиозной, культурной картине мира, к изменениям в человеческой психологии и образе жизни. С одной стороны, Российская Федерация стала одной из ведущих стран, принимающих мигрантов. Основной поток мигрантов в Россию направляется из стран Содружества Независимых Государств (СНГ): Казахстана, Киргизии, Таджикистана и др. С другой стороны, Россия стала одной из основных стран оттока русских за рубеж.

В настоящее время устойчивый приток мигрантов, исповедующих ислам, наблюдается во всех регионах России. Разнообразный этнический состав мигрантов влияет на ситуацию в этих регионах, и это влияние вряд ли можно назвать позитивным. Урал — один из регионов, где живут мигранты, исповедующие ислам. В местах, где обитают мигранты из мусульманских стран, часто наблюдаются конфликты и социальная напряженность. Ситуация усугубляется также и экономическим кризисом, охватившим Россию с 2014 г., безработицей и ухудшением уровня жизни населения. Поэтому культура принимающей страны зачастую воспринимает мигрантов, исповедующих ислам, как еще один фактор, негативно влияющий на социально-экономическую, культурную ситуацию в регионе.

© Грунт Е. В., 2018

Екатеринбург является одним из крупнейших научных, образовательных и промышленных мегаполисов России. Он имеет все типы высших учебных заведений. Этот факт придает настоящему исследованию, направленному на изучение отношения студентов к мигрантам, в частности исповедующим ислам, особую важность и актуальность.

За последние тридцать лет в профессиональных публикациях по различным научным дисциплинам наблюдается повышенный интерес к проблемам миграции. Довольно часто данные проблемы исследуются с точки зрения истории, политических наук, этнологии, причем большинство публикаций носят прикладной характер. Эти работы в основном посвящены таким вопросам, как миграционная политика [2, 7, 20] и этническая принадлежность мигрантов [15, 16]. Между тем проблемы миграции также рассматриваются с точки зрения социологии. Следует отметить, что в России и за рубежом проводятся многочисленные исследования, посвященные проблемам миграции. Вопрос, касающийся отношений между мигрантами и принимающим сообществом, изучался в работах В. И. Мукомеля [11], В. А. Тишкова [15], С. В. Рязанцева [13] , Л. М. Дробижевой [5] и т. д. Проблема адаптации и интеграции мигрантов в принимающее сообщество изучалась в работах С. Лиссицы [24], Е. В. Грунт [4], В. Дятлова [17], Д. Родригес-Гарсии [25] и др. Дж. Урри разработал проблему миграции в аспекте новых мобильностей [18, 19]. Работы Г. Терборна [14], А. И. Куропятника [9] и других посвящены концепции «мультикультурализма» и проблеме мультикультурного общества в современном мире.

Проблема имиджа также изучается в социальных и гуманитарных науках почти тридцать лет. Однако до сих пор в научных публикациях нет четкого понимания того, что такое имидж. Этот термин чаще всего ассоциируется с понятиями «образ» или «подражание». Б. Борисов говорит о том, что в современном русском языке «...образ, мотив, роль, маска, тип, мода, установка, фасад, репутация, мумия, предсказуемое ожидание... не совсем полный список значений этого термина» [3, *383*]. К. Боулдинг ввел понятие «имидж» в академическое обращение в 1960 г. и доказал полезность имиджа для процветания человека в бизнесе [23]. Он рассматривает имидж как идеальный инструмент для формирования поведения каждого человека и придания динамики социальной жизни. По мнению Ф. Котлера, имидж представляет собой «набор взглядов, идей и опыта индивида о том или ином объекте, в значительной степени определяющих установки потребителя и его действия по отношению к объекту» [8, *36*].

О. А. Феофанов — один из первых исследователей, который начал разрабатывать концепцию имиджа в России [22]. В работе «Соединенные Штаты: реклама и общество», изданной в 1974 г., он говорит об образе (имидже) как инструменте психологического воздействия на потребителя. Понятие «имидж» изначально рассматривалось с экономической точки зрения. А. Петровский и М. Ярошевский определили имидж как «стереотипный образ конкретного объекта, существующий в массовом сознании» [12]. Конечно, роль стереотипов в формировании имиджа (образа) важна. Однако, насколько нам известно, понятие «стереотип» и «образ» не идентичны, ибо, как отмечает У. Липпман, стереотип делает акцент на том, что

человек не просто получает информацию, но информацию с элементом внушения, которое подсказывает, как она должны быть воспринята [10, *39*].

М. Бердинских понимает имидж как «представление об образе объекта (индивида, организации, предмета, явления), содержащее информационную и оценочную часть, формирующееся у индивида (как представителя целевой аудитории) на основе деятельности объекта, ценностных ориентаций и стереотипных установок и облегчающее процесс выбора какого-либо объекта» [2, *24*].

Несмотря на то что проблемы миграции и имиджа уже достаточно хорошо изучены, вопрос о мнениях студентов об имидже мигрантов, исповедующих ислам в современной России, мало изучен в социологии. Поэтому цель исследования заключается в том, чтобы проанализировать эту проблему.

Феномен имиджа мигрантов был рассмотрен нами с позиций концепции имиджа, подражания, теории символического интеракционизма; нами были также рассмотрены концепции диаспоры, трудовой миграции на основе теории коллективного поведения и интеграции. Рассмотренные концепции подчеркнули тот факт, что имидж мигранта — многогранный, полифункциональный, социокультурный феномен.

Эмпирическую базу исследования составили материалы социологического исследования, проведенного под руководством автора в 2016 г. в вузах Екатеринбурга. Методами сбора первичной информации выступали анкетный опрос студентов вузов Екатеринбурга (N = 400 человек), глубинное интервью со специалистами в области миграционной политики (N = 5). Также был осуществлен вторичный анализ данных других исследователей.

Процедура исследования: качественное исследование — глубинное интервью. Проведено разведывательное исследование с информантами (пять 60-минутных глубинных интервью). Респондентам были заданы вопросы, имеющие отношение к цели исследования, чтобы прояснить проблемы, связанные с мигрантами, исповедующими ислам на Урале.

Количественное исследование — анкетный опрос. Цель анкетного опроса — проанализировать отношение российских студентов к имиджу мигрантов, исповедующих ислам. Количественная стадия исследования была проведена с использованием метода анкетного опроса. Анкета, использованная в исследовании, была сформулирована в результате углубленных интервью с пятью информантами и включала 32 вопроса.

Исследование показало, что личный опыт общения студентов с мигрантами, исповедующими ислам, и средства массовой информации являются основными факторами, влияющими на отношение студентов к ним. На это указало около 60,0 % респондентов. В ходе исследования было установлено, что референтная группа (друзья, сокурсники, родственники) является одним из ключевых факторов, влияющих на отношения респондентов к мигрантам, исповедующим ислам.

В исследовании нас интересовал вопрос о том, каково мнение студентов об имидже мигрантов из мусульманских стран. Исследование показало, что образ

ислама в целом, а также мигрантов, его исповедующих, в частности, по мнению российских студентов, в основном отрицательный. Образ мигрантов, сложившийся во мнении студентов, зависит от различий систем ценностей студентов и мигрантов, форм поведения и уровня притязаний последних (желание жить в материальном плане не хуже местного населения, разговаривать на родном языке, иметь хорошую работу и пр.). Респонденты рассматривают таких мигрантов как людей, которые не уважают представителей местного сообщества (45,0 % респондентов), отказываются интегрироваться в российскую культуру, изучать русский язык, русские традиции и т. д. (36,7 % респондентов). Кроме того, негативное отношение респондентов к людям с Южного Кавказа, из Кыргызстана, Таджикистана, Узбекистана, к людям, исповедующих ислам в целом, связано с их личностными особенностями (проявление агрессии, нетерпимости к представителям другим конфессий, склонность к терроризму и т. д.). Эти мигранты воспринимаются студентами как высокомерные, глупые, необразованные, лицемерные, некультурные люди, склонные к преступлениям и желающие навязывать принимающим их сообществам свои собственные правила.

Данные анкетного опроса подтверждены результатами качественного исследования: *«Отношение к мигрантам в нашем обществе весьма отрицательное. Конечно, большинство приезжающих к нам из республик Средней Азии не имеют высшего образования, да и среднее профессиональное вряд ли кто-то имеет. К тому же они не знают, а многие и не хотят знать русский язык. Это так. Однако я не думаю, что большинство из них связано с криминалом. В наш центр приходят те люди, которые приехали в Екатеринбург в поисках работы. Конечно, желательно, чтобы они были более образованные и культурные. Но где же таких взять?.. Здесь видится некая диспропорция: к сожалению, из России выезжают более образованные, более культурные люди, нежели те, что въезжают в страну» (А. С., замдиректора миграционного центра).*

Исследование зафиксировало, что респондентам было очень сложно назвать положительные черты мигрантов, практикующих ислам. Следует отметить, что в Свердловской области проживает довольно много мусульманского населения — татары, башкиры. Социологические исследования в последние годы установили высокий уровень их этнической идентичности. Как отмечает В. А. Тишков, эти люди почитают свою культуру, традиции и гордятся своей этнической принадлежностью [15]. Однако наше исследование показало, что большинство студентов (96,7 %) считают их образ положительным. В этом случае виден очевидный контраст между «нашими (местными)» и «чужими (пришельцами)» — «внутренними и внешними людьми, исповедующими ислам». В целом среди студентов существует стереотип о низком уровне образования мигрантов, практикующих ислам: 60,0 % респондентов считают, что мигранты из мусульманских стран вообще не имеют образования; 40,0 % полагают, что мигранты имеют среднее образование, поэтому могут заниматься низкоквалифицированным трудом.

Устойчивое мнение студентов о том, что в основном в Россию приезжают трудовые мигранты из мусульманских стран, подтверждается аналитическим

докладом Федеральной миграционной службы Свердловской области [1]. Как правило, большинство мигрантов, прожив какое-то время в России, улучшив свое материальное положение (накопив определенную сумму денег для покупки дома на родине или на открытие своего бизнеса), затем возвращаются в свои страны: *«В основном мы имеем дело с трудовыми мигрантами, которые приезжают на заработки. Они занимаются низкоквалифицированным трудом, занимают низкооплачиваемые должности. Мигранты из мусульманских стран проживают в Екатеринбурге по нескольку лет, многие остаются здесь, но большинство из них возвращаются на Родину» (А. С., замдиректора миграционного центра).*

Исследование показало, что миграция из мусульманских стран имеет гендерный характер. Мужчины приезжают в Екатеринбург, чтобы заработать деньги и вернуться домой. Они покидают свои семьи в странах исхода. В России большинство из них заводят новые семьи. Этот факт отрицательно сказывается на имидже мигрантов из мусульманских стран. Каждый третий студент указал на данный факт. Как правило, эти люди отказываются интегрироваться в российскую культуру. Они отправляют заработанные деньги в свою страну, что наносит ущерб российской экономике. Около 46,0 % респондентов отмечают данный факт. Конечно, все сказанное усугубляет отрицательное мнение студентов об имидже мигрантов, исповедующих ислам.

Где студенты чаще всего встречают мигрантов, исповедующих ислам? Исследование зафиксировало, что подавляющее большинство студентов (около 90,0 % респондентов) чаще всего встречаются с мигрантами на уличных рынках, в небольших магазинах, кафе; 80,0 % опрошенных видят их в транспорте (в качестве водителей), а каждый второй респондент — на строительных площадках в качестве строителей) и т. д. Эти данные подтверждают мнение Г. Зиммеля, согласно которому «чужак» всегда приходит в качестве посредника, торговца [6].

В исследовании нас интересовал вопрос о том, связан ли, по мнению студентов, имидж мигрантов из мусульманских стран с преступной деятельностью. Исследование показало, что преступная деятельность мигрантов, исповедующих ислам, в Екатеринбурге, по мнению респондентов, имеет гендерный характер (см. таблицу).

Мнение студентов о видах преступной деятельности мигрантов из мусульманских стран, % к числу опрошенных*

Вид преступной деятельности	Мужчины	Женщины
Незаконный оборот наркотиков	45, 0	0
Ввоз/вывоз контрафактных товаров	33, 0	10, 0
Контроль и организация проституции	33, 0	0
Попрошайничество	0	60, 0
Воровство	0	33, 0

* Сумма превышает 100,0 %, так как у респондентов была возможность сделать несколько выборов.

Анализ данных таблицы показал: студенты полагают, что мигранты занимаются преступной деятельностью, такой как незаконный оборот наркотиков (45,0 % респондентов), осуществление контроля за проституцией и ее организация (33,0 % опрошенных), ввоз и вывоз контрафактных товаров (33,0 % респондентов). Студенты также отметили, что мигранты, исповедующие ислам, особенно женщины и дети, занимаются попрошайничеством и воровством (60,0 и 33,0 % респондентов соответственно). Каждый второй опрошенный считает, что большинство мигрантов, практикующих ислам, являются незаконными мигрантами.

Многие респонденты (40 %) отмечают, что наряду с трудовыми мигрантами есть мигранты, исповедующие ислам, которые приехали на Урал для постоянного проживания. Исследование показало, что их имидж также отрицателен в представлениях студентов. Причиной является то, что, как правило, они живут в диаспоре, отказываются интегрироваться в российскую культуру. По мнению респондентов, это может привести к социальной напряженности и конфликтам. Вместе с тем в настоящий момент ситуация в современной России, равно как и во всем Уральском регионе, не является конфликтной, более 70,0 % респондентов отметили этот факт. Между тем около 50,0 % респондентов не исключают такой ситуации (конфликтной) в ближайшем будущем; 25,0 % респондентов отметили негативный опыт, имеющийся в современных европейских странах, — наличие конфликтов и социальной напряженности между местным населением и мигрантами-мусульманами (Бельгия, Германия, Франция, Дания и т. д.).

В исследовании нас интересовал вопрос о том, что влияет на формирование негативного имиджа мигрантов из мусульманских стран в представлениях студентов российских вузов. Исследование определило, что средства массовой информации, в частности телевидение, занимают особое место среди факторов формирования негативного образа мигрантов, исповедующих ислам у респондентов; 45,0 % респондентов отметили, что телевизионные программы дают плохие примеры деятельности мигрантов (преступность, терроризм, агрессия и т. д.) в России. Данные анкетного опроса подтверждены материалами качественного исследования: *«Очень много негатива о мигрантах, их криминальной деятельности идет в телевизионных программах: ток-шоу, новостных и пр. Однако данные статистики не всегда подтверждают это» (М. В., замдиректора миграционного центра)*.

Проведенное исследование показало, что российские студенты неодобрительно относятся к массовому притоку мигрантов, исповедующих ислам, в Уральский регион и выступают против трудовой миграции из Средней Азии в целом.

Исследование также зафиксировало, что имидж ислама, по мнению российских студентов, в основном отрицательный, что зависит от различий в системе ценностей студентов и мигрантов, форм поведения и уровня притязаний последних.

Отрицательное отношение респондентов к людям с Южного Кавказа, из Кыргызстана, Таджикистана, Узбекистана, к людям, исповедующим ислам, в целом связано с их личностными особенностями (агрессия, нетерпимость к другим конфессиям, терроризм и т. д.).

В исследовании выяснилось, что основными причинами отрицательного имиджа ислама в российском обществе являются рост преступности мигрантов, его исповедующих, отсутствие безопасности для россиян, постоянная угроза терроризма и развязывания войн со стороны последних.

В исследовании были выявлены факторы, влияющие на формирование негативного имиджа мигрантов, исповедующих ислам, по мнению студентов. Ключевыми факторами являются СМИ, референтная группа (сокурсники, родственники), личный опыт общения респондентов с мигрантами.

Исследование показало: России нужна продуманная миграционная политика для интеграции мигрантов из мусульманских стран в российское общество. Наше исследование однозначно подтвердило, что не только в России, но и в европейских странах, равно как и в США, миграция из мусульманских стран не рассматривается как положительное явление.

---

1. Аналитический отчет Федеральной миграционной службы Свердловской области: [сайт FMSSR]. URL: http://ufms-ural.ru/statistika/information/stats_2012/ (дата обращения: 14.10.2017).

2. *Бердинских М. В.* Формирование имиджа организации: социологический анализ : дис. ... канд. социол. наук. Екатеринбург, 2012.

3. *Борисов Б. Л.* Технология рекламы и PR. Воронеж, 2001. С. 383.

4. *Грунт Е. В., Журавлева-Леенаф О.* Культурная идентичность русскоязычных эмигрантов в современной Франции // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 3 : Общественные науки. 2015. № 4 (146). С. 145–154.

5. *Дробижева Л. М.* Этнические конфликты // Социальные конфликты в меняющемся российском обществе (детерминация, развитие, разрешение). М., 1994.

6. *Зиммель Г.* Эссе о чужаке // Социологическая теория: прошлое, настоящее и перспективы : Альманах журнала «Социологический обзор». 2008. С. 7–12.

7. *Иванчук Н. В.* Евро-Азиатская миграционная система: политика и теория. М., 2008. С. 192.

8. *Котлер Ф.* Маркетинг и менеджмент. СПб., 2002.

9. Куропятник А. И. Мультикультурализм: проблемы социальной стабильности полиэтнических обществ. СПб., 2000. С. 205.

10. *Липпман У.* Общественное мнение. М., 2004 [Электронный ресурс]. URL: http://www.kodges.ru/87804-obshhestvennoe-mnenie.html (дата обращения: 10.10.2017).

11. *Мукомель В. И.* Этническая политика в регионах Российской Федерации: достижения и новые вызовы // Этнопанорама. 2004. № 3–4. С. 10–17.

12. *Петровский А. В., Ярошевский М. Г.* Краткий психологический словарь. М., 1996.

13. *Рязанцев С. В.* Влияние миграции на социально-экономическое развитие Европы // Современные тенденции. Ставрополь, 2001. С. 26–27.

14. *Терборн Г.* Мультикультурные общества // Социол. обозрение. 2001. Т. 1, № 1. С. 50–67.

15. *Тишков В. А.* Этнология и политика. М., 2001. С. 230.

16. *Топилин А. В.* Этническая миграция в России: современная тенденция // Актуальные проблемы миграции в России. М., 2003. С. 51–52.

17. Трансграничные миграции и принимающее общество: механизмы и практика взаимной адаптации / В. И. Дятлов. Екатеринбург, 2009. С. 396.

18. *Урри Дж.* Социология вне обществ. Типы мобильности для XXI века. М., 2012. С. 456.

19. *Урри Дж.* Мобильности. М., 2007. С. 345.

20. *Фан И. Б.* Гражданство и миграция в политических концепциях XX века // Ежегодный журнал Института философии и права УрО РАН. Екатеринбург, 2008. Т. 8. С. 257–278.

21. *Фадеичева М. А.* Гуманитарные аспекты миграционной политики // Специальный доклад: Проблемы соблюдения прав человека в условиях массовой трудовой миграции. Уполномоченный по правам человека в Свердловской области. Екатеринбург, 2013. С. 32–35.

22. *Феофанов О. А.* США: реклама и общество. М., 1974. С. 287.

23. *Boulding K.* The Image: Knowledge in Life and Society. Ann Arbor. MI: University of Michigan Press, 1956. P. 456.

24. *Lissitsa S.* What is vital for integration? Russian immigrants and Israelis speak their mind // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 3 : Общественные науки. 2014. № 12(134). С. 135–148.

25. *Rodríguez-García D.* Beyond Assimilation and Multiculturalism: A Critical Review of the Debate on Managing Diversity // International Migration and Integration. 2010. Vol. 11. P. 251–271.

Рукопись поступила в редакцию 11 января 2018 г.