

Васильев В. Е., Власова К. В.

# ОБРАЗ МИГРАНТОВ В РОССИЙСКИХ ИНТЕРНЕТ-СМИ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ COVID-19

## Аннотация

В предлагаемом исследовании авторы рассматривают образ мигрантов, конструируемый в средствах массовой информации, и его характеристики в период пандемии COVID-19. В статье рассмотрена теоретическая и практическая разработанность образа мигрантов в СМИ (негативные и положительные стороны образа) и выявлено влияние новой пандемии на образ иммигрантов в СМИ. Авторы задаются целью определить трансформацию негативного образа трудовых мигрантов в лентах информагенств в связи с пандемией COVID-19 посредством проведения количественного контент-анализа публикаций информагенств, касающихся освещения иммиграционной тематики. Авторы приходят к выводу, что в условиях непредвиденных и кри-

зисных ситуаций стигматизация мигрантов, являющихся ранее стереотипизированной группой, в электронных СМИ усиливается, поскольку происходит перенос опасностей, исходящих от ситуации, на менее понятный чужеродный объект, потенциально опасный в силу этой чужеродности. Методология данной работы основана на конструктивистской парадигме Т. Бергера и Т. Лукмана.

**Ключевые слова:** трудовые мигранты, информационные агентства, медиа-дискурс, негативный образ, национальная политика, пандемия COVID-19.

### Конфликт интересов

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

### Источник финансирования

Данная работа не имела источников финансирования.

**Для цитирования:** Васильев В. Е., Власова К. В. Образ мигрантов в российских интернет-СМИ в период пандемии COVID-19 // Вестник общественных и гуманитарных наук. 2020. Т. 1, № 3. С. 44–51.

## POLITICAL SCIENCE

Vasiliev V. E., Vlasova K. V.

# IMAGE OF MIGRANTS IN RUSSIA INTERNET-MEDIA DURING THE PANDEMIC COVID-19

## Abstract

In the proposed study, the authors consider the image of migrants constructed in the media and its characteristics during the COVID-19 pandemic. The article examines the theoretical and practical development of the image of migrants in the media (negative and positive aspects of the image) and reveals the impact of the new pandemic on the image of immigrants in the media. The authors aim to determine the transformation of the negative image of labor migrants in the news of news agencies in connection with the COVID-19 pandemic by conducting a quantitative content analysis of publications of news agencies related to coverage of immi-

gration topics. The authors conclude that in the context of unforeseen and crisis situations, the stigmatization of migrants, who are previously a stereotyped group, in the electronic media increases. The methodology of this work is based on the constructivist paradigm of T. Berger and T. Lukman.

**Keywords:** migrant workers, news agencies, media discourse, negative image, national policy, pandemic COVID-19.

### Conflict of interest

None declared.

### Source of financing

There was no funding for this project.

**For citation:** Vasiliev V. E., Vlasova K. V. Image of migrants in Russia Internet-media during the pandemic COVID-19 // Humanities and social sciences bulletin, 2020, Vol. 1, No. 3. P. 44–51.

Средства массовой информации – один из эффективных механизмов создания и внедрения в массовое сознание стереотипов и образов. Некий инструмент формирования «второй реальности» индивида и групп. При этом современный мир и процессы глобализации уже не могут обойтись без феномена массовых миграций, формирования иноэтничных анклавов, этнизации экономи-

ческих ниш и полиэтнического общества. Миграционные процессы и привлечение трудовых мигрантов на территорию нашей страны – это необходимая мера способная решить как минимум две задачи: демографическую и экономическую (нехватка рабочей силы). В этой связи СМИ, как важный компонент формирования межличностного взаимодействия и гражданского общества,

должны способствовать налаживанию диалога между составляющими принимающего общества и инокультурных, иноэтнических групп и способствовать их адаптации и интеграции в новую социальную среду наряду с национальной политикой государства. Однако зачастую происходит все наоборот: средства массовой информации транслируют ксенофобский дискурс, негативный конструкт образа «они» в отношении видимых мигрантов, который сложился в массовом сознании, тем самым усугубляя этнополитическую проблематику адаптации и интеграции мигрантов. Недаром некоторые исследователи полагают, что существует отдельный вид идентичности, формируемый идеями, фантазиями и мечтаниями, которые воспроизводят средства массовой информации как «фабрики производства смыслов» («медиа-идентичность») [21; 20].

Так или иначе, стигматизация мигрантов в обычное время в СМИ не нова. Вызывает интерес, как будет изменяться образ определенных групп, таких как мигранты, в кризисных ситуациях. Известно, что от терроризма до вспышек болезней мигранты часто нарекались негативными коннотациями, исходящими из угроз для местного населения. Эпидемии иногда воспринимались как «инородные», как, например, в случае с холерой в 1830-х годах, с ВИЧ/СПИДом в 1980-х гг. или, совсем недавно, в связи с гриппом (H1N1). В этом смысле пандемия COVID-19, как представляется, тоже не является исключением.

Актуальность данного исследования продиктована тем, что СМИ играют двоякую роль в отношении иноэтнических групп, уже стигматизируемых по этому признаку. С одной стороны, они могут усиливать негативный образ рассматриваемых групп, поскольку транслируют его в массы, с другой – способствовать решению этнополитических проблем государства, консолидируя их в общество. Особо актуальным представляется для исследования вопрос: в какой момент негативный образ мигрантов усиливается и какие факторы на это влияют. Поскольку в исторической практике много примеров того, как в период кризисных и непредвиденных ситуаций, связанных с потерями и ухудшением социально-экономического положения, люди склонны искать «врагов» этого положения в наименее защищенных и отличающихся группах населения, постольку образ мигрантов, транслируемый в СМИ в период пандемии COVID-19 как кризисной ситуации является актуальным для исследования.

## Разработанность проблемы

Зарубежные исследования по этнополитической проблематике в основном посвящены поискам влияния негативной презентации иммигрантов и националь-

ных меньшинств в СМИ на воспринимающую аудиторию. Например, транслируемая важность и объективные знания об иммиграции или об иммигрантах способствуют изменению их восприятия у пользователей информации [15; 33]. И наоборот, еще до появления массового пула исследований в связи с иммиграционным кризисом М. Снайдерман, Л. Хагендрон, М. Приор [35] в 2004 году на основе социологических исследований доказали, что СМИ, подчеркивая этническую принадлежность в новостных сюжетах, могут усиливать враждебность вне транслируемой группы (т.е. среди аудитории, на которую распространялись эти сюжеты). Трансляция инаковости иммигрантов, иммиграционного кризиса, экономического дискурса предоставления социальных выплат и убежищ в средствах массовой информации способствует усилению антииммиграционных настроений в обществе, даже когда эта трансляция связана с объективной статистической информацией (количество беженцев, измерение иммиграции и т. д.) [37], усиливает уровень евроскептицизма [25] и приводит к росту инцидентов насилия, мотивированных современной праворадикальной идеологией. [28]

Зарубежные исследования с применением социологических методов обработки медиатекстов в отношении образа иммигрантов показали, что термины «мигрант» и «иммигрант» тесно связаны с трансляцией экономической угрозы (конкуренция на рынке труда), в то время как «беженцы» и «лица, ищущие убежище» – с экономическим бременем (нагрузка на систему социального обеспечения) [16]. Мисен и Якобс [30] заметили, что лица, принадлежащие этничности рома, иммигранты из Восточной Европы [17] в СМИ, изображаются преимущественно в негативном образе, как наибольшая (по сравнению с другими группами) угроза экономике, лица североафриканского и ближневосточного происхождения, как угроза культурным ценностям (несовместимость исламских и европейских ценностей, трансляция культурного расизма). Образ «беженцев», согласно исследованию Забровского и Чулиарки, освящается в контексте не только угроз экономике, а также радикального ислама и терроризма [18].

Причины негативной трансляции образа мигрантов можно усмотреть, например, в работе С. Сороки и С. Макадамса [36]. Они выявили, что люди более заинтересованы в негативной информации и более реагируют на нее, нежели чем на нейтральную либо позитивную информацию. Соответственно журналисты, описывая тематику миграционных процессов, следуют этому тренду. Из всего кластера политических новостей про миграционный дискурс в Западной Европе, самыми негативными по тональности являются инфоповоды, касающиеся интеграции иммигрантов [24].

Все чаще появляются исследования, в которых анализируется образ мигрантов в медиа с позиций дискурса стигматизации, представления мигрантов в негативном криминальном образе и угрозах безопасности [22; 23; 31]

Среди отечественных исследований, посвященных составляющим образа мигрантов в СМИ, стоит выделить работу Т. Г. Скребцовой. Она выделила 6 составляющих негативного образа мигранта в российских медиа: выходцы с Кавказа или из Средней Азии (именно эта группа вызывает наибольшую неприязнь); имеют неприятный внешний вид; переносчики опасных заболеваний; используются в качестве чернорабочих; не уважают «наши» правила, культуру, обычаи; плохо знают русский язык; берутся за любую, даже самую «грязную» работу, не пользующуюся популярностью у коренного населения; обладают сплочённостью, образуют этнические криминальные группировки; причастны к терроризму; создают острейшие социальные проблемы; осуществляют отток денег из нашей страны в страны СНГ [10]. Е. Комарова выделила, что тематика СМИ, посвященная освещению мигрантов в официальном дискурсе, акцентирует внимание аудитории на их статусе. Характеристиками данного статуса выступают нелегальность нахождения на территории РФ, иноязычность и иное вероисповедание. Подобное противопоставление «их» ценностей «нашим» подчеркивает различия между «своими» и «чужими» и создает риторику угрозы [8]. Н. Н. Аблажей выделил два типа образа трудового мигранта в медиа. Первый оценивается преимущественно негативно, в его характеристиках выделяются агрессия, угроза экономическому благосостоянию коренного населения и его культуре, обострение ситуации с преступностью, наркоманией, эпидемиологической обстановкой, несоответствие между нормами, принятыми в стране, и жизненными нормами этнических мигрантов, когда их образ жизни ограничен рамками этнической общины. В ином случае мигрант наделяется более позитивными характеристиками, долженствующими вызвать сочувствие в связи с многочисленными проблемами и трудностями адаптации [1].

В целом можно согласиться с выводом И. В. Ивлевой и А. В. Тавровского [6], что общим для всех составляющих негативного образа трудовых мигрантов в массмедиа являются гендерная, возрастная, этническая и классовая стереотипизация, ограниченный набор жизненных контекстов, обезличенность и пассивность мигрантов. С добавлением характеристики соотношения здоровья и этничности (данный аспект образа транслируется в СМИ и закрепляется в сознании только на основании примордиализма, якобы изначально принадлежащей объекту этнической характеристики).

В более ранних исследованиях акцентируется внимание на соотношении миграции в СМИ и этнической ксенофобии. Например, работа Е. О. Хабенской [11] позво-

ляет сделать вывод, что продуцирование этнофобии чаще всего происходит посредством избирательного обозначения журналистами этнической принадлежности героев криминальных сюжетов (указывания на этничность преимущественно «нерусских» преступников), демонизацией образа «чеченца» и «кавказца» (терроризм), демонстрацией инокультурных отличий, интеллектуальной неполноценности и создание образа врага, чужого, что объективно способствует формированию в массовом сознании представителей у этнического большинства негативных этнокультурных стереотипов «других» (иноэтничных). Подтверждают этот вывод и исследования В. И. Мукомеля [9], В. А. Ачкасова [2], И. М. Дзяшиловского и М. И. Дзяшиловской [5], согласно которым СМИ – основные продуценты ксенофобного дискурса, постоянно воспроизводящие и педалирующие дискурс расколотого общества, противопоставление сторонников одних ценностей другим. Ксенофобские настроения, спекулятивно тиражируемые СМИ, муссируемые публичными политиками, проникающие в массовую культуру и поддерживаемые отдельными представителями интеллектуалов, являются неотъемлемым компонентом общественного сознания. «Язык вражды», особенно в Интернете, стал обыденностью. Данный компонент обнаружила А. В. Гришина в сознании молодежи под влиянием негативного образа трудовых мигрантов в СМИ (невежественность, некомпетентность, отсутствие образования, дезинтеграция с акцентом на определенную этничность), где этот образ трансформируется и ведет к неприятию трудовых мигрантов как с точки зрения этничности, так и с экономических позиций (конкуренты на рынке труда) [4].

Поскольку наше исследование касается образа мигрантов в медиадискурсе именно в рамках пандемии новой коронавирусной инфекции COVID-19, иными словами в рамках кризисной ситуации, постольку мы сталкиваемся с проблемой отсутствия должной теоретической и практической проработки данного предмета исследования. Мы склоняемся к выводу, что отсутствие работ по данной тематике продиктовано только временем, а не отсутствием интереса. Имеющиеся на данный момент исследования и работы касаются нашего предмета посвящены уже прошедшим кризисным ситуациям, эпидемиям и пандемиям. Среди таких стоит выделить работу социального психолога М. Шаллера [32], согласно которой угроза инфекционного заболевания приводит к появлению отворачивания к лицам, чей морфологический (в нашем случае фенотипический) облик или поведение отличается от общепринятых стандартов, что усиливает уровень этноцентризма в обществе.

Исследование Дж. Джексона и др. [27] показывает, как экологические катаклизмы и угрозы влияют на то, что культурные нормы становятся более предвзятыми к

определенным лицам, когда они ужесточаются в ответ на дестабилизирующие экологические угрозы. Это позволяет авторам сделать вывод, что американские штаты и доиндустриальные общества с более жесткими культурными нормами демонстрируют наибольшее предубеждение, основанное на цвете кожи, религии, национальности и сексуальности, и что напряженность предопределяет, почему предрассудки часто являются самыми высокими в регионах мира, в истории которых присутствуют экологические угрозы. Работа Г. Е. Маркуса и др. [29] акцентирует внимание на ситуациях неопределённости, в рамках, которых люди склонны вступать в праворадикальные группировки.

Самый поздний пример – бубонная чума, спровоцировавшая массовое насилие в Европе, в том числе убийство каталонцев на Сицилии, священнослужителей и нищих, и погромы против евреев, уничтожившие более тысячи общин [19].

## Негативный образ трудовых мигрантов в российских СМИ как этнополитическая проблема

Современные глобальные трансформации предполагают возрастание экономического значения крупных городов, меняя демографические процессы в сторону все больших диспропорций в экономическом потенциале, географии занятости населения, благосостоянии и качестве жизни. Международные миграции и миграционные потоки — это неотъемлемая часть нынешнего общества. Глобализация (унификация) в этом смысле является противоречивым феноменом, поскольку в этих потоках, статистически различных, задействован поток индивидов, групп индивидов различной профессиональной подготовки, отличной религии, этнокультурной принадлежности, различных норм, правил и ценностей. При этом постиндустриальная экономика крупных городов предъявляет новые требования к скорости коммуникаций, гибкости рынка труда, адаптивности под меняющиеся потребности сферы услуг. Все это в полной мере относится к ключевым городским центрам экономического развития в России. И все это выявляет актуальность проблемы интеграции и адаптации людей, оказавшихся в новой социальной реальности, и людей, столкнувшихся с новыми непонятными и непривычными вызовами. Безусловно, в этой ситуации толерантное отношение между коренным населением и мигрантами приобретает важную политическую и социокультурную значимость с практической точки зрения.

Так или иначе, сегодня национальная политика (в той части, которая нацелена на регулирование иммиграционных процессов) РФ должна акцентироваться на решении таких проблем, как выравнивание баланса рабочей силы,

стабилизация демографической ситуации, и нивелирование издержек, связанных с решением озвученных проблем.

По данным Министерства внутренних дел РФ (данные могут быть верны лишь отчасти, поскольку не учитывают число внутренней миграции), количество фактов постановки на миграционный учет иностранных граждан и лиц без гражданства составляет 4 086 402 человека (на апрель 2020) [12]. Но это всего лишь цифры, важно учитывать структуру миграции. Касаясь последней, преобладающее большинство внешних иммигрантов в РФ — это выходцы из ближнего зарубежья, бывших стран СНГ (Узбекистан, Таджикистан, Киргизстан), внутренней — уроженцы национальных республик РФ. Иными словами, тренд миграционных процессов в РФ связан с тем, что подавляющим большинством является «видимая» миграция, как с фенотипической, так и с конфессиональной и социокультурной точек зрения. Последнее особо важно, поскольку потенциально апеллирует к отличиям приезжих относительно принимающего сообщества и может вызывать рост различных этнофобий. Более того, динамика этнической ксенофобии, согласно ежегодным опросам общественного мнения Центра Юрия Левады с 2004-2019 гг., [13], как раз не только подтверждает этот тезис, но и свидетельствует об инерционном характере национальной политики России и ее ригидности применительно к адаптации трудовых мигрантов.

В таких условиях необходимо работать над усовершенствованием интеграции и адаптации мигрантов в области национальной политики страны. Средства массовой информации, как некая «четвертая власть», как «зеркало общества», могут быть эффективным инструментом (наряду с прочими) решения озвученной этнополитической проблемы. Однако, как показывают вышеописанные исследования, СМИ больше влияют на политизацию этничности и распространение ксенофобского дискурса, стереотипов и негативного образа трудовых мигрантов в массы, нежели чем облегчают их адаптацию и интеграцию в принимающее сообщество.

## Образ трудовых мигрантов в ленте информагентств в период пандемии COVID-19

Для анализа образа трудовых мигрантов в медиа, его трансформации (усугубления) в рамках пандемии был выбран количественный метод контент-анализа применительно к публикациям информагентств, посвященным темам миграции. Выборку публикаций составила практика трех федеральных информационных агентств (сетевых изданий) — «РИА-Новости» ([www.ria.ru](http://www.ria.ru)), «Интерфакс» ([www.interfax.ru](http://www.interfax.ru)), «ТАСС» ([www.tass.ru](http://www.tass.ru)) — за период с 01.03.2020 — 24.05.2020.



Рисунок 1. Динамика этнофобии в РФ с 2004-2019 гг. в процентах



Выборка обусловлена тем, что этот вид СМИ по сравнению с другими обладает рядом таких преимуществ, как интерактивность, транзактность, конвергентность и мультимедийность [7]. Однако более существенным преимуществом ИА, на наш взгляд, представляется то, что они являются главным источником продуцирования и распространения информационных поводов для других средств массовой информации. И это также подтверждается статистически: согласно рейтингу цитируемости федеральных СМИ аналитической компании Медиология [14] указанные ИА за апрель и март 2020 г. (то есть за период проведения нашего исследования. Данные за май 2020 г. еще не опубликованы) входили в топ-3 самых цитируемых по информационной цитате в СМИ и по гиперссылке в соцмедиа.

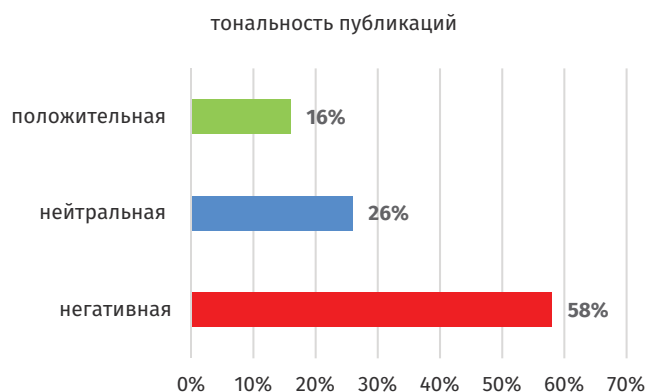
Выборка составила 120 публикаций. Наибольшее внимание проблемам миграции уделяло ИА «ТАСС». Остальные освещали тематику трудовой миграции примерно в равной степени.

Больше чем в половине публикаций освещение трудовых мигрантов носило негативный характер – 58%. Как и предполагалось ранее, этот тренд освещения сохранился, поскольку, согласно исследованиям, для российских СМИ типично транслировать тематику миграции преимущественно с позиций негатива.

Таблица 1. Выборка публикаций

| Название СМИ | Количество публикаций | Процент |
|--------------|-----------------------|---------|
| ТАСС         | 51                    | 43 %    |
| Интерфакс    | 35                    | 29 %    |
| РИА-Новости  | 34                    | 28%     |

Рисунок 2. Тональность публикаций %

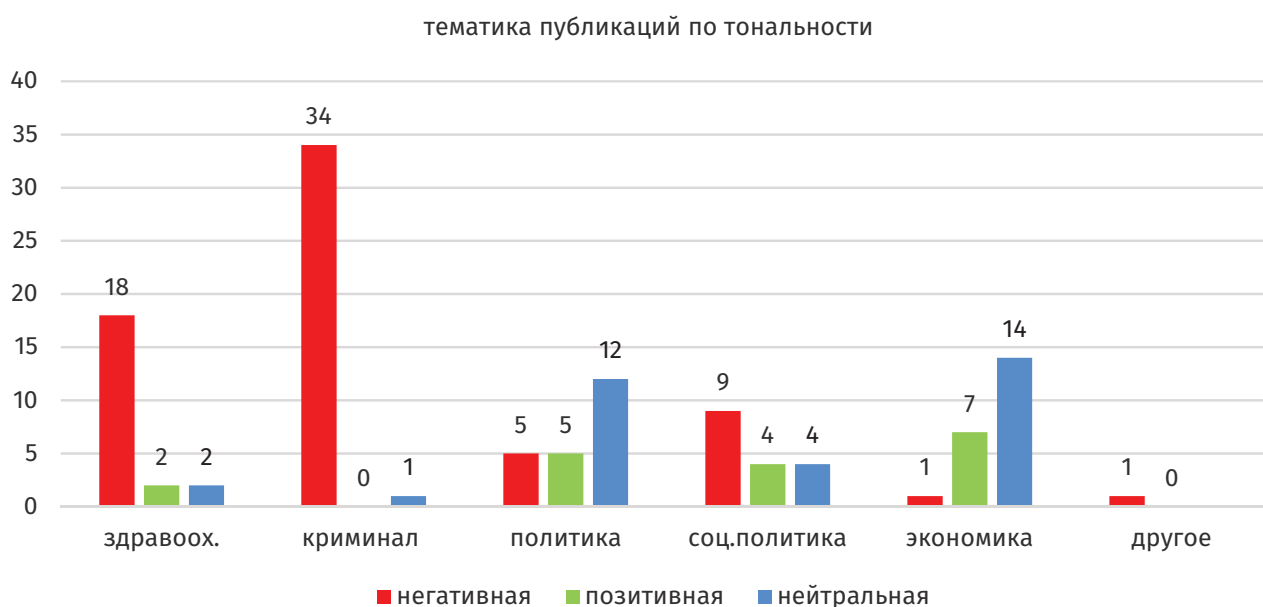


Однако, если ранее негативные публикации были связаны с освещением тем, касающихся преступлений, совершаемых мигрантами, сокращения квот на иностранную РС, негативной репрезентацией относительно трудовых мигрантов и т.д., то в период пандемии сообщения этой направленности (помимо типичной криминальной хроники) апеллировали к угрозам распространения и завоза инфекции и негодности для российской экономики (в связи с тем, что освободилось количество рабочих мест для коренного населения в будущем). Таким образом, аргумент о том, что такая характеристика образа ми-

грантов, как «носители различных инфекционных заболеваний» усиливается в период кризисных ситуаций, частично подтвержден.

Положительный характер публикаций (16%) в основном отсылал к мерам и предлагаемым инициативам поддержки трудовых мигрантов, автоматическом продлении их срока пребывания на территории РФ и частичной «амнистии» за нарушения ими миграционного законодательства. Однако и тут большинство публикаций касалось трансляции образа мигрантов описывали их в свете бедных, нуждающихся и живущих в неблагоприятных условиях.

Рисунок 3. Тематика публикаций по тональности



Исследование также выявило, что трендами негативной тематики стали проблемы здравоохранения (что очевидно относительно эпидемиологической ситуации) и типичное освещение криминальной хроники. Важно отметить, что переход негативного характера публикаций от проблем экономики к проблемам здравоохранения, в первую очередь связан с усилением характеристики негативного образа трудовых мигрантов как носителей опасных заболеваний (в данном случае – носителей COVID-19). Это обуславливается в первую очередь тем, что сама характеристика кризисной ситуации предполагает распространение опасного заболевания. Вероятно, если бы имелся другой тип кризиса (например, экологическая катастрофа), то стигматизация указанных групп превалировала бы в темах социальной политики и экономики.

Касаемо характеристик негативного образа мигрантов исследование показало следующие интенции:

- В публикациях, посвященных проблемам преступности трудовые мигранты освещались, как «злост-

Рисунок 4. Характеристики негативного образа трудовых мигрантов в %



ные» нарушители миграционного законодательства, и более негативно, как люди, совершающие тяжкие преступления (драки, убийства, нелегальная торговля запрещёнными предметами и веществами);

- В публикациях, посвящённых социальной политике – как нуждающиеся, живущие в неблагоприятных условиях. Касаясь данной характеристики важно отметить, что СМИ заговорили о ней впервые. Ранее медиадискурс не касался трансляции намерений и описаний инициатив поддержки трудовых мигрантов;
- Практически во всех публикациях, посвящённых темам здравоохранения, трудовые мигранты характеризовались как «носители COVID-19». Подобное обстоятельство может свидетельствовать о трансляции страхов, исходящих от эпидемии, на потенциально опасный, поскольку изначально чужеродный, объект – иммигрантов.

В экономических темах образ трудовых мигрантов описывался через сферу профессиональной принадлежности (мигранты-строители) с акцентом на иностранное происхождение (в частности это происхождение и контекстуальное противопоставление «свой/чужой» продуцировалось во всех публикациях), а так-

же как неэффективных для российской экономики. Относительно последнего, подобная трансляция типична для российской печатной и электронной прессы на протяжении долгого времени, что также способствует усугублению проблемы неэффективности национальной политики в области адаптации и интеграции трудовых мигрантов.

Таким образом, эпидемиологическая ситуация вокруг вируса COVID-19 повлияла на усиление негативного образа мигрантов в транслировании информационных агентств только лишь в той части, которая касается ее специфики и особенностей. Иными словами, пандемия COVID-19 усилила образ мигрантов как носителей опасных заболеваний. Данное обстоятельство – пример того, как кризисная ситуация способствует воспроизводству коллективного иллюзорного архетипа чужого и свидетельствует о переносе опасностей кризиса на наиболее «непонятный», «чужеродный» объект, который в силу этой чужеродности для коренного населения, является потенциально опасным. Отчасти этот вывод подтверждает механизм этнической ксенофобии, основывающийся на естественной норме человеческого существования – «страха перед всем чужим».

## Источники и литература / Sources and references

1. Аблажей Н. Н. Образ трудового мигранта в прессе и массовом сознании россиян // Вестник НГУ. – № 6. – С. 18–23.
2. Ачкасов В. А. Интеграция трудовых мигрантов в принимающее сообщество: роль СМИ // Политэк. 2011. – № 4. – С. 41–51.
3. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. – М.: «Медиум», 1995. – 323 с.
4. Гришина А. В. Психологические особенности восприятия образа трудового мигранта в СМИ в молодежной среде // Российский психологический журнал. – 2010. – № 5–6. – С. 52–56.
5. Дзялошинский И. М., Дзялошинская М. И. Российские СМИ: как создается образ врага. Статьи разных лет. – М.: Московское бюро по правам человека, 2007. – 168 с.
6. Ивлева И. В., Тавровский А. В. Образы трудовых мигрантов в массмедиа // Этнографическое обозрение. – 2019. – № 1. – С. 149–165.
7. Исхаков Р. Л., Старостин А. Н., Шадрин Н. В. Освещение трудовой миграции в российских средствах массовой информации (образ гастарбайтера в ленте информационных агентств) // Журналистика и массовые коммуникации. – 2015. – Т. 13. – С. 331–335.
8. Комарова Е. Образ мигрантов в медиадискурсе: традиционные СМИ и новые медиа // Филология и культура. – 2019. – № 4. – С. 52–60.
9. Мукомель В. И. Ксенофобия и мигрантофобия в контексте культуры доверия // Мир России. – 2014. – № 1. – С. 137–166.
10. Скребцова Т. Г. (Транс)формирование социальных стереотипов в современном российском публичном дискурсе (на примере трудовых мигрантов и беженцев) // Политическая лингвистика. – 2015. – № 1 (51). – С. 224–230.
11. Хабенская Е. О. Этнические стереотипы и ксенофобия в СМИ (по материалам мониторинга прессы столичного региона) // Дневник Алтайской школы политических исследований. 2005. № 21. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [ashpi.asu.ru/studies/2005/hbnskja.html](http://ashpi.asu.ru/studies/2005/hbnskja.html) (дата обращения: 13.08.2020).
12. Официальный сайт МВД РФ: Статистические сведения по миграционной ситуации. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://xn--b1aew.xn--p1ai/Deljatelnost/statistics/migracionnaya/item/20171097/> (дата обращения: 13.08.2020).
13. Официальный сайт Центра Юрия Левады: мониторинг ксенофобских настроений, 2019 г. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.levada.ru/2019/09/18/monitoring-ksenofobskih-nastroenij-2/> (дата обращения: 13.08.2020).
14. Официальный сайт аналитической компании Медиология: Федеральные СМИ март 2020. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.mlg.ru/ratings/media/federal/7383/>; Федеральные СМИ апрель 2020. – Режим доступа: <https://www.mlg.ru/ratings/media/federal/7455/> (дата обращения: 13.08.2020).
15. Aalberg, T., Beyer, A. Human interest framing of irregular immigration: An empirical study of public preferences for personalized news stories in the United States, France, and Norway // American Behavioral Scientist. – 2015. Vol. 59 (7). – P. 858–875.
16. Baker, P., Gabrielatos, C., Khosravini, M., Krzyżanowski, M., McEnery, T., Wodak, R. A useful methodological synergy? Combining critical discourse analysis and corpus linguistics to examine discourses of refugees and asylum seekers in the UK press. // Discourse & Society. – 2008. – Vol. 19 (3). – P. 273–306.

17. Balch, A., & Balabanova, E. Ethics, politics and migration: Public debates on the free movement of Romanians and Bulgarians in the UK, 2006–2013. // *Politics*. – 2016. – Vol. 36(1). – P. 19–35.
18. Chouliaraki, L., Zaborowski, R. Voice and community in the 2015 refugee crisis: A content analysis of news coverage in eight European countries. // *International Communication Gazette*. – 2017. – Vol. 79(6-7). – P. 613–635.
19. Cohn S.K. Pandemics: waves of disease, waves of hate from the Plague of Athens to A.I.D.S. // *Hist. J.* – 2012. – Vol. 85. – P. 535–555.
20. Dennis A. Symbolic Interactionism and Ethnomethodology // University of California Press on behalf of the Society for the Study of Symbolic Interaction Stable. – 2011 – Vol. 34. – Issues 3. – P. 349–356.
21. Denzin N. Symbolic Interactionism and Cultural Studies. The politics of interpretation. – Oxford UK and Cambridge USA, 1992. – P. 115.
22. Emilia M. Valenzuela-Vergara. Media Representations of Immigration in the Chilean Press: To a Different Narrative of Immigration? // *Journal of Communication Inquiry*. – 2019, – Vol. 43(2). – P. 129–151.
23. Emily M. Farris, Heather Silber Mohamed. Picturing immigration: how the media criminalizes immigrants // *Politics, Groups, and Identities*. – 2018. – Vol. 6. – P. 814–824.
24. Negativity / Esser F. [Eds.] // *Comparing political journalism*. – 2017. – P. 71–91.
25. Hartevelde E., Schaper J. Blaming Brussels? The impact of (news about) the refugee crisis on attitudes towards the EU and national politics. // *JCMS: Journal of Common Market Studies*. – 2018. – Vol. 56(1). – P. 157–177.
26. Howard M., Alexandra M.S. The Foreignness of Germs: The Persistent Association of Immigrants and Disease in American Society // *The Milbank Quarterly*. – Vol. 80. – 2002. – P. 757–788.
27. Jackson J.C., van Egmond M., Choi V.K., et al. Ecological and cultural factors underlying the global distribution of prejudice // *PLoS ONE*. – 2019. – Vol. 14(9). – P. 1–17.
28. Koopmans, R. Explaining the rise of racist and extreme right violence in Western Europe: Grievances or opportunities? // *European Journal of Political Research*. – 1996. – Vol. 30(2). – P. 185–216.
29. Marcus G.E., Sullivan J.L. *Malice toward Some: How People Make Civil Liberties Judgments*. – Cambridge Univ. Press, 1995. – 304 p.
30. Meeusen C., Jacobs, L. Television news content of minority groups as an intergroup context indicator of differences between target-specific prejudices // *Mass Communication and Society*. – 2017. – Vol. 20(2). – P. 213–240.
31. Moen-Larsen N. Brother and barbarians: Discursive constructions of refugees in Russian media // *ACTA SOCIOLOGICA*. – 2020. – Vol. 2. – P. 226–241.
32. Schaler M. Danger, Disease, and the Nature of Prejudice(s) // *Advances in Experimental Social Psychology*. – 2012. – Vol. 46. – P. 1–54.
33. Schemer, C. The influence of news media on stereotypic attitudes toward immigrants in a political campaign // *Journal of Communication*. – 2012. – Vol. 62(5). – P. 739–757.
34. Smallman S. Whom do you trust? Doubt and conspiracy theories in the 2009 influenza pandemic // *Journal of International and Global Studies*. – Volume 6. – P. 1–24.
35. Sniderman P. M., Hagendoorn, L., Prior, M. Predisposing factors and situational triggers: Exclusionary reactions to immigrant minorities // *American Political Science Review*. – Vol. 98(1). – P. 35–49.
36. Soroka S., McAdams, S. News, politics, and negativity. // *Political Communication*. – Vol. 32(1). – P. 1–22.
37. Van Klingeren M., Boomgaarden, H. G., Vliegenthart, R., De Vreese, C. H. Real world is not enough: The media as an additional source of negative attitudes toward immigration, comparing Denmark and the Netherlands // *European Sociological Review*. – 2015. – Vol. 31(3). – P. 268–283.

### Информация об авторах:

**Васильев Вадим Евгеньевич**, политолог, Санкт-Петербургский государственный университет. E-mail: [vasilevve@bk.ru](mailto:vasilevve@bk.ru).

**Власова Кристина Владимировна**, политолог, Кемеровский государственный университет. E-mail: [vlasovavk@inbox.ru](mailto:vlasovavk@inbox.ru).

### Authors information:

**Vasiliev Vadim Evgenievich**, political scientist, Saint Petersburg state University. E-mail: [vasilevve@bk.ru](mailto:vasilevve@bk.ru)

**Vlasova Kristina Vladimirovna**, political scientist, Kemerovo state University. E-mail: [vlasovavk@inbox.ru](mailto:vlasovavk@inbox.ru).