

На правах рукописи



Петрушкова Екатерина Анатольевна

**Имидж трудового мигранта в средствах массовой информации Республики
Таджикистан и Российской Федерации
(сопоставительный анализ 2008-2013 г.г.)**

Специальность: 10.01.10 – Журналистика

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Душанбе – 2017 г.

**Работа выполнена на кафедре «Истории и теории журналистики и электронных СМИ»
Межгосударственного образовательного учреждения высшего образования «Российско-Таджикский (Славянский) университет»**

Научный руководитель: доктор филологических наук, профессор
Абдуллаев Масрур Ахматович

Официальные оппоненты: доктор филологических наук, профессор
кафедры печати Таджикского национального
университета
Муродов Мурод Бердиевич

кандидат филологических наук, Председатель
Комитета по международным делам,
общественным организациям и информации
Маджлиси намояндагон Маджлиси Оли РТ
Салимзода Олим Салимович

Ведущая организация: **Худжандский государственный университет
имени академика Б. Гафурова**

Защита состоится **04 июля 2017 года в 13:00** на заседании диссертационного совета Д 737.011.01 по защите докторских и кандидатских диссертаций при Межгосударственном образовательном учреждении высшего образования «Российско-Таджикский (Славянский) университет» (734025, Республика Таджикистан, г. Душанбе, ул. М.Турсун-заде, 30)

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке и на сайте Российско-Таджикского (славянского) университета (734025, Республика Таджикистан, г. Душанбе, ул. М.Турсун-заде, 30; <http://www.rtsu.tj>).

Автореферат разослан «_____» «_____» 2017 г.

**Ученый секретарь
диссертационного совета,
кандидат филологических наук,
доцент**



Аминов Азим Садыкович

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. С появлением и развитием социальных сетей, блогов, «народной журналистики», пополнивших «видовое разнообразие» масс-медиа, СМИ «шагнули» в жизнь каждого индивида, определяя всю его жизнь буквально от рождения до самой смерти.

Модели поведения, нормы морали, общественные конструкции, формирование межличностных взаимоотношений, ценностей, интересов, существование социума, вопросы войны и мира – абсолютно все подвержено влиянию СМИ, благодаря чему именно СМИ формирует картину мира, мировоззрение социальных групп и отдельных индивидуумов. Кроме того, именно СМИ стали основным видом взаимосвязи людей в масштабах социума, постепенно захватывая доминирующую роль и в личностном общении людей внутри коллективов, неформальных групп, и даже, порой, в рамках семьи.

Рубеж XX-XXI веков стал эпохальным для многих социально-экономических и общественно-политических явлений; одним из самых значимых при этом стало появление так называемой массовой миграции (являющейся порождением глобализации), принесшей с собой ранее не виданные вызовы, как странам исхода, так и принимающим странам.

Наиболее ярким негативным моментом, являющимся ответом на вызовы массовой миграции в принимающем обществе в настоящий момент является мигрантофобия, сопровождающаяся стигматизацией, виктимитизацией и криминализацией образа трудового мигранта, ростом протестных настроений среди местного населения и т.д.

При этом, наряду с объективными факторами, такими как культурные, языковые, национальные и другие отличия мигрантов и принимающего сообщества, являющиеся предпосылками возникновения межличностного барьера, субкультурных образований и даже мигрантских анклавов в социуме принимающих стран, важнейшую роль играют средства массовой информации, способные формировать отношения коренного населения к мигрантам, причем, как способствуя минимизации негативных настроений в обществе, так и целенаправленно формируя атмосферу ксенофобии и враждебности в гражданском обществе страны-реципиента мигрантов.

В связи с этим, ***особую актуальность*** приобретает сравнительное изучение освещения темы трудовой миграции и формирования образа трудового мигранта в СМИ Российской Федерации и русскоязычных СМИ Республики Таджикистан.

Степень изученности темы. Феномен средств массовой информации стал объектом пристального исследования как российских, так и зарубежных психологов, политологов, социологов, лингвистов начиная с 50-х гг. XIX в., и

был изучен в рамках теории навязывания повестки дня (Д. Шоу, М. МакКомс), когнитивной теории СМИ (Харрис Р.) и др.

Еще в 1969 году американский социолог Клиффорд Янсен писал, что миграция попадает в поле изучения всех социальных наук: антропологии, социологии, экономики, в том числе, экономической истории, политологии, географии, психологии, демографии, права, а в современных исследованиях мультидисциплинарный подход рассматривается как единственно возможный способ изучения миграции (например, А. Фавелл, Р. Кинг).

В последнее время, в зарубежных и российских научных изданиях появляются работы, связанные с изучением влияния масс-медиа на миграционные процессы, однако, в большинстве работ, роль масс-медиа не выделяется в качестве приоритетной, определяющей миграционную активность населения.

Инновационными в этом вопросе являются научные работы Нэнси Вуда и Рассела Кинга о путях влияния масс-медиа на миграционные процессы[5].

Так, под действием масс-медиа потенциальный мигрант принимает решение о переезде и выбирает направление своего перемещения. Происходит процесс, который П. Вайт и Р. Вудс назвали «трансформацией информационного поля в миграционное»[2;140].

С их точки зрения, обратная сторона воздействия масс-медиа на миграционные потоки касается формирования образа мигранта. В том числе под воздействием психологических факторов средств массовой информации население принимающей страны демонстрирует то или иное отношение к приезжим. Оба этих подхода укладываются в концепцию формирования СМИ общественного мнения, которая берет свои истоки еще в работе Уолтера Липмана 1922 года, в которой говорится о возможности влияния управления аудиторией посредством формирования медиареальности[7;36].

В Российской Федерации всестороннее изучение миграции как философско-социального явления на систематической основе началось в начале 90-ых годов, при этом, сразу с использованием полифакторного анализа в рамках мультидисциплинарного метода исследования.

Данный принцип позволил создать в кратчайшие сроки авторитетную российскую научную школу, видные представители которой, такие как В.А.Ионцев[4] и др. создали новую, отдельную научную дисциплину - «миграциологию», изучающую миграцию как особый феномен, существующий в человеческом социуме, и оказывающий порой решающее влияние на все стороны человеческой деятельности.

В Республике Таджикистан исследования в области миграции также изначально отличаются мультисистемным, междисциплинарным подходом, ярче всего проявленным в таких фундаментальных трудах, как «Таджикистан на пороге будущего»[12] и «Независимость Таджикистана и возрождение

нации»[13], автором которых является исследователь, ученый и Президент Республики Таджикистан Эмомали Рахмон.

Пристальное внимание к истории и теории возникновения миграционных процессов, многофакторности причин трудовой миграции из Республики Таджикистан, изучения роли гендерных, социально-экономических, политических, философских и др. факторов трудовой миграции, межкультурного взаимодействия мигрантов и коренного населения видных ученых, исследователей и экспертов Республики Таджикистан, таких как Р.У. Ульмасов[17], Х.У. Умаров[18], В.Н. Василенко[3], С. Олимова[10], М. Олимов[11] и др., заложили прочный фундамент таджикской миграциологии.

Особую роль в современной миграциологии занимает изучение вопросов влияния масс-медиа на миграционные процессы, в связи с чем, хотелось бы выделить научные работы таких авторов, как М.А. Абдуллаев и А.Н. Нуралиев[1], Ш.Б. Муллоев[9], Д.Б. Хомидов[19], З.Ш. Саидов[15][16], А.С. Садуллаев и Н.Н. Салихов[14], А.А. Куватова[6] и др.

Однако, не смотря на ощутимые успехи, приходится констатировать, что и в таджикских, и в российских, и в зарубежных научном сообществе проблеме изучения влияния СМИ как на саму миграцию в целом, так и на создание имиджа «трудового мигранта», причем и в стране-доноре, и в стране реципиенте рабочей силы, не уделяется должного внимания.

В связи с этим, особую актуальность приобретает исследование освещения темы трудовой миграции и формирования образа трудового мигранта в СМИ Российской Федерации и Республики Таджикистан.

Цель и задачи исследования. Целью диссертационной работы является комплексное исследование имиджевых характеристик трудового мигранта и их трансформации в СМИ Российской Федерации и русскоязычных СМИ Республики Таджикистан.

В соответствии с поставленной целью в исследовании решаются следующие задачи:

- Анализ публикаций о «трудовой миграции» в СМИ России и русскоязычной прессе Таджикистана в постсоветский период
- Исследование процессов и тенденций формирования имиджа «трудового мигранта» в СМИ России и русскоязычной прессе Таджикистана в период с 1991 г. по 2008 г.
- Определение трендов и метаморфоз в отражении имиджа «трудового мигранта» в российских и таджикских русскоязычных СМИ в период с 2008 по 2013 г.г.
- Оценка влияния средств массовой информации на формирование имиджа «трудового мигранта» в социуме

– Выявление концептуальных различий в системном подходе при формировании имиджа «трудовой мигрант» в СМИ России и русскоязычной прессе Таджикистана

Объектом исследования стал имидж трудового мигранта, формируемый и трансформируемый в СМИ Республики Таджикистан и Российской Федерации.

Предметом исследования послужили журналистские материалы в СМИ Российской Федерации и русскоязычных СМИ Республики Таджикистан в исторической ретроспективе (1991-2008 г.г. и 2008-2013 г.г.).

Источниками диссертационного исследования стали годовые подшивки душанбинских русскоязычных периодических изданий Республики Таджикистан за 1991-2013 г.г., хранящихся в фондах столичных библиотек, архивные публикации по теме миграции различных крупных изданий Российской Федерации (в том числе их электронные версии), кроме этого выборочно исследовались публикации, представленные на интернет-сайтах, не только специализирующихся в области трудовой миграции, но и те, которые имеют отношение к теме и предмету исследования.

Материалом исследования стали фундаментальные труды, теоритические и практические научные работы, материалы социологических исследований известных и признанных таджикских, российских и зарубежных теоретиков и практиков в области истории и теории возникновения миграционных процессов, изучения роли гендерных, социально-экономических, политических, философских и др. факторов трудовой миграции и феномена средств массовой информации межкультурного взаимодействия мигрантов и коренного населения, изучения влияния масс-медиа на миграционные процессы, мульти системного изучения миграциологии.

В качестве **методологической базы** в изыскании применяется типологический анализ как научный метод изучения газетной периодики, аналитический метод, включающий в себя анализ научных трудов и нормативных документов в области миграции, метод контент-анализа, статистический сбор данных и результаты социологических исследований, а также логический, исторический и семантический анализ, поскольку рассмотрению подвергаются структурные и процессуальные характеристики объекта.

Научная новизна исследования. Впервые исследуются материалы, опубликованные в СМИ Таджикистана и России в период с 1991 г. по 2008 г. и с 2008 г. по 2013 г., с точки зрения их влияния на имидж трудового мигранта. Изыскание затрагивает различные социальные сферы человеческой жизни и направлено на углубленное изучение и понимание современных миграционных процессов, в центре которых находится личность человека, поставленная в

определенные условия существования. Фокус исследования направлен на изучение медийного пространства двух независимых государств - России и Таджикистана на предмет выявления общих закономерных тенденции в характеристике опубликованных материалов.

Теоретическая значимость работы. Дополнены представления о влиянии СМИ на ценностно-смысловую сферу населения, в частности в отношении к социальным группам и явлениям. Значительно расширены представления о процессе формирования этнических стереотипов. Раскрыто понимание процесса стереотипизации и создания имиджа «трудового мигранта» в масс-медийном пространстве России и Таджикистана. Изучено влияние стереотипных образов СМИ на процессы дистанцирования различных социальных групп.

Практическая значимость исследования. Итоги диссертационного исследования могут быть использованы журналистами, студентами филологических факультетов, специалистами, работающими в области СМИ и рекламы, психологами, специалистами, работающими с мигрантами в государственных структурах и общественных организациях, а также при разработке учебных пособий по курсу «Журналистика и имиджеология», «Журналистская этика», «Основы аргументации», «Медиапсихология», «PR и массовые коммуникации» и др.; могут использоваться при чтении различных медийных курсов, а также найти применение в практической журналистской деятельности.

На защиту выносятся следующие основные положения:

1. СМИ как основной фактор формирования имиджа трудовых мигрантов в Гражданском обществе Российской Федерации и Республики Таджикистан.
2. СМИ как актор трансформации восприятия трудовых мигрантов в российском и таджикском социуме в исторической ретроспективе (1991-2008 г.г. и 2008-2013 г.г.).
3. Ведущая роль СМИ в формировании устойчивых стереотипных образов трудовой миграции.
4. Лабильность характеристик имиджа трудового мигранта и их зависимость от временных факторов, экономических и социально-политических тенденций.
5. Дифференциальный подход при формировании имиджа трудового мигранта в публикациях СМИ России и русскоязычных СМИ Таджикистана.
6. «Зеркальность» и асимметричность трансформации имиджа трудового мигранта в русскоязычных СМИ Таджикистана в результате воздействия российских масс-медиа.
7. Дифракция негативных и позитивных черт имиджа «трудового мигранта» в федеральных и региональных СМИ Российской Федерации и их взаимосвязь с миграционной обстановкой в регионе.

8. Дефицит информационного освещения и сопровождения трудовой миграции в СМИ - основной фактор нестабильности, ксенофобии и социальной напряженности.

Апробация работы и результатов исследования проводилась на республиканских, межвузовских и внутри вузовских научно-практических конференциях, в том числе на ежегодных научных конференциях «Славянские чтения» при Российско-Таджикском (славянском) университете. (2009-2016 г.г.). Основные положения по теме изыскания нашли отражение в четырех публикациях в научных журналах, включенных в перечень ВАК.

Диссертация обсуждена и рекомендована к защите на совместном заседании кафедр «Истории и теории журналистики и электронных СМИ» и «Печатных СМИ и PR» филологического факультета Российско-Таджикского (славянского) университета (Протокол № 8 от 17 марта 2017 года).

Структура диссертационной работы обусловлена темой, целями и задачами исследования. Работа состоит из введения, трех глав, заключения и списка использованной литературы.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении обосновывается актуальность темы, характеризуется степень разработанности проблемы, определяются объект, предмет, цели и задачи исследования, раскрываются научная новизна, теоретическая и практическая значимость диссертации, формулируются положения, выносимые на защиту.

В первой главе **«История возникновения и формирование имиджа трудового мигранта в СМИ Российской Федерации и Республики Таджикистан с 1991 по 2008 г.г.»** рассматривается история возникновения имиджа «трудовой мигрант» в СМИ Российской Федерации и русскоязычных СМИ Республики Таджикистан, являющегося производным феномена трудовой миграции на постсоветском пространстве, и исследуются процессы и тенденции формирования имиджа «трудового мигранта» в СМИ России и русскоязычной прессе Таджикистана в период с 1991 г. по 2008 г.

Отмечается, что глобальная миграция становится одним из главных вызовов, стоящих сегодня перед мировым сообществом. При этом, особо подчеркивается, что стремительное технологическое и институциональное развитие СМИ и появление новых видов журналистики, таких как блоги, народная журналистика, соц.сети и т.д. приводит к тому, что каждый медийный текст оказывается важным звеном в процессе глобальной межнациональной коммуникации и формирования образа современного мира в умах медиа-аудитории.

Неожиданно для себя, российское общество, осознало, что страна стала мировым лидером по количеству трудовых мигрантов, приезжающих на заработки в Россию. Это в свою очередь потребовало от социума выработки

подходов, принципов, отношения к новым социальным группам и общностям, что явилось причиной возникновения, конструирования и последующей трансформации особой медиа реальности и медиа-восприятия образа трудового мигранта.

При этом особо подчеркивается, что СМИ не только транслируют сложившиеся на данный момент стереотипы и установки на восприятие «чужого», но и сами обеспечивают создание, продвижение и различного рода трансформации имиджа трудового мигранта.

Подмечено, что при ретроспективном взгляде в прошлое, можно проследить, что основой для создания, формирования и последующей трансформации образа «трудового мигранта» в российском социуме стали стереотипные образы советского общества. Именно это явилось причиной формирования отношения к трудовому мигранту через призму национальных отношений, что в свою очередь обусловило восприятие трудового мигранта априори как представителя иной национальности.

В связи формированием к началу XXI века в России новой парадигмы - трудовой миграции, многие стереотипы, созданные и активно эксплуатировавшиеся в СМИ в 80-90 г.г. XX в. себя практически исчерпали.

Новые вызовы современности заставили СМИ искать новые клише и стереотипы трудовых мигрантов, создавая, формируя и трансформируя имидж трудового мигранта. Именно к этому периоду исследователи и эксперты относят появление и начало активного использования термина «гастарбайтер».

Подмечено, что новое журналистское клише, ранее не встречающееся в российских и советских СМИ, через выстроенный и эффективно действующий стереотип «кавказца», начинает формировать отношение читательской аудитории к жителям Центральной Азии.

Исследования, проведенные не только на федеральном и региональном уровнях, выявили пагубное влияние СМИ на состояние межнациональных отношений и формирование негативного облика «трудового мигранта».

Анализ полученных данных выявил, что главенствующую роль при этом сыграли публикации в федеральных и региональных СМИ, создающих негативный имидж с помощью различных приемов:

- Всевозможные манипуляции со статистическими показателями, в том числе и официальными. При этом особое доверие у аудитории СМИ вызывает использование журналистами мифических, неопределенных, полученных якобы по закрытым каналам, данным статистики, особенно при отсутствии в свободном доступе официальных данных.

- Сравнение увеличивающейся с каждым годом численности трудовых мигрантов и сокращающейся численности коренного населения России, что

автоматически приводит к созданию алармистского образа трудового мигранта как «троянского коня»

- Использование демографических выкладок и прогнозов в странах-реципиентах рабочей силы для формирования негативного отношения к постсоветским странам, проецируемого в дальнейшем и на трудовых мигрантов из них

- Создание атмосферы тревоги и неопределенности в связи с массовой трудовой миграцией в Россию и потенциальным негативным влиянием приезжих на российский социум и его ценности

- Создание у аудитории СМИ дихотомии «мы - они», что ведет к созданию атмосферы снисходительного сочувствия трудовым мигрантам с одновременным позиционированием превосходства коренного населения

- Деперсонафикация образа мигранта и превращение «трудовых мигрантов» в обезличенную массу

- Придание трудовой миграции как социальному явлению таких якобы неотъемлемых черт, как организованная по национальному признаку преступность,

- Героизация коренных представителей криминалитета России путем использования дифференцированного подхода при описании равнозначных преступных деяний «коренных преступников» и «заезжих гастролеров»

- Провокационные фотоиллюстрации и алармистская («экспансия», «вторжение», «оккупация») или ернически-издевательская лексика заголовков и текстов статей

При анализе публикаций в печатных и электронных русскоязычных СМИ Таджикистана (являющихся электронным вариантом печатной версии) был выявлен диаметрально противоположный подход журналистов Таджикистана к вопросам освещения феномена трудовой миграции.

Определено наличие в период с 1991 по 2008 годы нескольких трендов, способствующих формированию имиджа «трудовой мигрант» в социуме Таджикистана:

- Увеличение интереса к теме трудовой миграции, что подтверждается ростом количества публикаций этой тематики во всех русскоязычных СМИ Таджикистана, и, в первую очередь, независимых

- Подавляющее большинство статей во все эти годы имеет либо «нейтральную», либо «позитивную» эмоциональную окраску.

- Главенствующим в этот период является взвешенный, исследовательский, беспристрастный подход, сопровождающийся наличием желания разобраться в мотивах, причинах, движущих силах трудовой миграции из Таджикистана (прежде всего в Российскую Федерацию).

- Пристальное внимание уделено анализу негативных публикаций о трудовых мигрантах в российских СМИ и оценке их влияния на имидж трудового мигранта, осуществляемых привлеченными российскими, таджикскими и зарубежными экспертами

- Освещение негативных моментов трудовой миграции производится профессионально, без ненужной эмоциональной окраски

- Значительная часть журналистских материалов является перепечатками материалов российских СМИ

- Русскоязычные СМИ Таджикистана становятся «трибуной» экспертных мнений, лейб-мотивом которых – мысль о взаимной выгодности трудовой миграции и для стран-доноров, таких как Таджикистан, и для стран-реципиентов, таких как Россия.

- Особое внимание уделено пропаганде проведения взвешенной, четко проработанной до мелочей миграционной политики, направленной на потенцирование положительных и минимизацию негативных моментов трудовой миграции, таких как радикализм и религиозный экстремизм.

Рефреном описываемого в 1 главе анализа публикаций российских СМИ и русскоязычных СМИ Таджикистана в период с 1991 по 2008 годы является заключение о том, что в противовес российским СМИ, формирующим негативный образ трудового мигранта, СМИ Таджикистана в период до 2008 года формируют многоаспектный имидж таджикского трудового мигранта. При этом происходит информирование читателя со всеми негативными моментами, а журналисты не просто описывают проблемы, но и пытаются найти пути минимизации влияния негативных факторов на имидж трудового мигранта как внутри страны, так и за ее пределами.

Во второй главе «Образ «трудового мигранта» в СМИ Российской Федерации в период с 2008 по 2013 г.г.» прослеживаются тренды и метаморфозы при создании имиджа трудового мигранта в федеральных и региональных российских СМИ.

Выявлено, что начиная с 2008 года на страницах федеральных и региональных российских СМИ начинают появляться негативные статьи про трудовых мигрантов, направленные на создание атмосферы ксенофобии и национальной розни.

В ходе сравнительного сопоставления публикаций выявлено главное отличие федеральных и столичных СМИ и СМИ Краснодарского края, Республики Башкортостан и Свердловской области: количество, характер и направленность публикаций в региональных СМИ крайне вариативны, что вызвано уровнем толерантности к представителям иной культуры, численными показателями трудовой миграции в данный регион, отраслевой структурой экономики региона, уровнем развития местных, региональных СМИ, их

популярностью и востребованностью у местного населения, и, что самое главное, «болезненностью» социальных проблем и социальных «болячек», тему которых возможно педалировать, используя трудовую миграцию как катализатор социального недовольства и дестабилизации общественного мира и согласия в регионе.

В ходе исследования установлено, что, не смотря на различия, все российские СМИ формируют новый имидж трудового мигранта из стран постсоветского пространства. Это представитель стран Кавказа или из Центральной Азии, неопрятного вида, не знающий своих прав и уж тем паче - законных обязанностей, не имеющий образования вообще либо не имеющий необходимого специального профессионального образования, в связи с чем, готовый на любую «черную работу» и не способный на выполнение квалифицированного труда, не знающий либо плохо знающий русский язык, не знакомый с культурой, этическими нормами и правилами поведения в российском обществе.

Проведенный контент-анализ определил, что зачастую в публикациях трудовой мигрант, представленный как потенциальный носитель инфекционных или опасных заболеваний, таких как ВИЧ, туберкулез и т.п., представлен как причина вытеснения граждан России с рынка труда, безработицы, острейших социальных проблем в российском социуме, вызванных оттоком серьезных финансовых средств в страны СНГ и соответственно – с «обеднением» самой России.

Довершает этот виктимизированный имидж «трудового мигранта» такие неизменные черты, как национальная сплоченностью, проживание общинами, создание ОПГ (организованных преступных групп) по национальному признаку, занимающихся наркоторговлей, контрабандой оружия, «крышеванием» бизнеса, рэкетом и терроризмом.

В ходе исследования установлено, что в период с 2008 по 2013 годы в публикациях российских СМИ происходит контрпозиционирование по принципу «мы-они», «коренные-пришлые», «свои-чужие» и создание соответствующих устойчивых оборотов, метафор и клише для трудовых мигрантов и России как страны, ставшей реципиентом миграционных потоков.

При этом наблюдаются процессы, вызывающие негативный синергетический эффект: обезличивание, деперсонизации, обездушевления трудовых мигрантов путем превращения в неодушевленную массу на фоне персонифицирования неодушевленного понятия (страна) «Россия», наделение ее такими человеческими чертами, как радушие, сердобольность, гостеприимство, отзывчивость, доброта и т.д. Результатом этого взаимодействия является фиксация виктимного, негативного образа трудового мигранта на фоне страдающей, но по-христиански терпящей миграцию страны,

культивирование ксенофобии и ликвидация толерантности со стороны коренного населения по отношению к трудовым мигрантам.

Усиливает синергию применение некоторыми СМИ приема высмеивания тех или иных представителей диаспор, принижения умственных и физических человеческих качеств некоторых национальных меньшинств, создание атмосферы неприязни и брезгливости ко всем мигрантам, вне зависимости от их человеческих качеств, уровня образования, компетенции, проф. навыков и т.п.

Итоги исследования наглядно продемонстрировали, что в российском социуме в результате воздействия СМИ идет усиление восприятия медиа образа трудового мигранта как чужеродного, деструктивного элемента, несущего угрозу российскому обществу, интересам и национальной безопасности России.

В ходе анализа публикаций в российских СМИ в период с 2008 по 2013 годы было выявлено использование таких психологических приемов, как: использование совпадения интересов, стимулирование столкновений, увязка новых стереотипов со старыми, прием подмены стереотипов, внешнее сходство события с внушением, смещение фокуса внимания, выпячивание чувств отдельных групп.

Большая часть информации, особенно негативного свойства, преобразована в простейшие элементы, конструкты массового мышления, позволяющие эффективно формировать главный дихотомический стереотип «мы-они» и «свой-чужие». Примененные технологии оказывают эффективное воздействие на сознание аудитории и формируют стойкие, заранее «заданные» стереотипы, которые вкуче влияют на восприятие имиджа трудового мигранта.

Особое внимание в исследовании уделено тревожной общемировой тенденции: СМИ «преподносят» аудитории готовый конструкт «социального научения» и стандартизированный ответ аудитории на вызовы современного мира. Подобная примитивизация и программирование общественного сознания в интересах различных «групп влияния» в условиях постоянного цейтнота у большей части людей, превращающая СМИ в средства массовой дезинформации, пользуется все большей и большей популярностью у населения всех слоев и возрастов.

Исследование выявило, что в российских СМИ начинают использоваться следующие стереотипные, опробованные в разных странах мира клише, вызывающие негативную трансформацию имиджа трудового мигранта:

- Мигранты - захватчики, отбирающих у местных жителей рабочие места
- Мигранты – источник болезней, и в первую очередь, таких как ВИЧ/СПИД, туберкулез гепатит, ЗППП, инфекционные заболевания

- Мигранты - угроза национальным ценностям россиян и их самоидентификации
- Мигранты – «дикие люди», которым присущи такие качества, как звериная жестокость, низость души, врожденное патологическое стремление к насилию и т.п.
- Мигранты – иждивенцы, паразитизм которых приводит к обнищанию огромных всех слоев населения России, особенно со средним и низким уровнем достатка.

Анализ публикаций в исследуемый период выявил закономерность: вектор виктимизации и стигматизации имиджа трудового мигранта напрямую взаимосвязан с социально-экономическими и общественно-политическими процессами в России.

Так, в период финансового кризиса, начавшегося в России в 2008 году вектор негативной трансформации имиджа трудового мигранта смещается практически целиком в экономическую плоскость. С началом экономической стабилизации в 2010 году вектор смещается в плоскость религиозных, языковых и культурных различия принимающего общества и трудовых мигрантов.

Выявлена очень симптоматичная тенденция: имидж трудового мигранта начинает формироваться через призму взаимоотношений с мигрантами из стран Центральной Азии, преподносимых в качестве государств, отсталых в экономическом и культурном плане. При этом исследование установило, что происходит создание четкой ассоциативной связи и ментального равенства между насилием, зверствами, извращениями и убийствами, совершаемыми любыми мигрантами, с образом трудового мигранта из Таджикистана.

Особенно часто данный стереотип используется в российских СМИ при формировании имиджа трудового мигранта через призму рисков национальной безопасности, связанных с религиозным, исламистским радикализмом, терроризмом и наркоторговлей.

В соответствии с западноевропейским подходом, начинают формироваться стереотипы о неизбежном национальном противостоянии, а все конфликты, вне зависимости от причины возникновения и действующих лиц, начинают квалифицироваться как этническое столкновение трудовых мигрантов и местного населения.

В ходе анализа было установлено использование в журналистских материалах и попыток психологического манипулирования глубинными, святыми для россиян темами, такими как символы Победы в Великой Отечественной войне, Родина и др. Усиливает синергию применение некоторыми СМИ приема высмеивания тех или иных представителей диаспор, принижения умственных и физических человеческих качеств некоторых

национальных меньшинств, создание атмосферы неприязни и брезгливости ко всем мигрантам, вне зависимости от их человеческих качеств, уровня образования, компетенции, проф. навыков и т.п.

Негативные стереотипы распространяются на выходцев с Кавказа и из Таджикистана, в меньшей степени касаются трудовых мигрантов из Узбекистана и Кыргызстана, и практически не «транслируются» на трудовых мигрантов из Украины, Белоруссии, Молдавии и стран Прибалтики.

Исследование выявило наличие статей позитивного характера в российских СМИ в исследуемый период. Однако, подавляющее большинство статей подобного рода деперсонифицированы и представляют из себя публикации, посвященные официальным мероприятиям, инициативам властей, изменениям в законодательства и т.п. Абсолютное большинство редко встречающихся персонифицированных журналистских материалов в российской прессе представляют из себя популярный на Западе жанр - «хьюман стори». В подобных статьях рассказывается преимущественно о былых заслугах конкретного трудового мигранта и его достижениях, ставших возможными в связи с его переселением в Россию.

В ходе исследования публикаций СМИ России в исследуемый период с 2008 по 2013 годы выявлен своеобразный парадокс: позитивное восприятие местным населением этнических мероприятий диаспор, общественных объединений и инициативных групп мигрантов культурно-просветительского характера при активном неприятии, отторжении и стигматизации трудовых мигрантов из стран постсоветского пространства в повседневной и профессиональной жизни.

Подобный парадокс, напоминающий эффект когнитивного диссонанса, вызван синергетическим эффектом влияния низкого социального и экономического статуса трудовых мигрантов, отсутствием «миграционной культуры в обществе», слабым развитием эффективных каналов коммуникации между местным населением и трудовыми мигрантами и поливариативностью оценок таких акторов как работодателей, представителей власти, СМИ, местного населения и др. в связи с разноплановостью позиций их восприятия образа «трудового мигранта».

Суммируя результаты всестороннего анализа публикаций федеральных и региональных СМИ России, приведенные во 2 главе диссертационного исследования, сделаны 2 основополагающих вывода:

- благодаря стигматизации, виктимизации и криминализации имиджа трудового мигранта в журналистских материалах российских СМИ трудовая миграция воспринимается социумом России преимущественно в виде экспансии, оккупации, «метастатического», «канцероподобного» разрастания

неизвестного и чужеродного в «государственном организме» Российской Федерации

- в исследуемый период в российских СМИ появляется собирательный негативный образ «таджикский гастарбайтер», ставший в дальнейшем четко спозиционированным стереотипным клише, которое активно используется для обозначения подавляющего большинства происшествий и ЧП в сфере трудовой миграции в Российской Федерации.

В третьей главе «Образ трудового мигранта и тема трудовой миграции в русскоязычных СМИ Республики Таджикистан в период с 2008 по 2013 г.г.» анализируются журналистские материалы, посвященные теме «трудовой миграции» в русскоязычной прессе Таджикистана в период с 2008 по 2013 г.г. и выявляются концептуальные различия в системном подходе при формировании имиджа трудового мигранта.

В ходе исследования выявлена прямая взаимосвязь между начавшейся в 2008 году в российских СМИ виктимизацией, стигматизацией и криминализацией имиджа «трудового мигранта» (в первую очередь, из Таджикистана) и процессами, характеризующими формирование и трансформацию имиджа трудового мигранта в русскоязычных СМИ Таджикистана.

В ходе проведенного анализа публикаций в период 2008-2013 г.г. на страницах правительственной газеты «Народная газета», столичной «Вечерки» и независимой газеты «Азия-плюс», было выявлено, что представленная палитра мнений носит разновекторный, разнонаправленный характер: от откровенно негативных публикаций до статей, в которых предпринимаются попытки разобраться в сущности явления, проблемах трудовых мигрантов и их роли для принимающего сообщества.

Особую ценность выявленному в процессе суммарного контент-анализа публикаций русскоязычных СМИ Таджикистана доминированию статей позитивно-конструктивного характера придает соотнесение его с миграционным фоном в России в исследуемый период, отличающийся практически полным отсутствием журналистских материалов позитивно-конструктивного характера как в федеральных, так и в региональных СМИ Российской Федерации.

В отличие от анализируемых публикаций в СМИ Российской Федерации, количество статей проблемно-дескриптивного характера в русскоязычных СМИ Таджикистана в исследуемый период, занимающих третье место по удельному и абсолютному количеству всех публикаций, свидетельствует о том, что одним из главных трендов в освещении трудовой миграции является стремление русскоязычных СМИ Таджикистана не просто удовлетворить сиюминутный читательский интерес, а вскрыть проблемы «трудовых

мигрантов», попытаться вместе с читателями найти ответы на актуальные вызовы в разрезе трудовой миграции из Таджикистана в Российскую Федерацию и другие страны Ближнего и Дальнего зарубежья.

Соотношение статей негативно критическо-аналитического и положительно критическо-аналитического характера на страницах русскоязычных СМИ позволяет провести дифференциальную диагностику информационной политики редакций и определить зависимость направленности вектора публикаций о трудовой миграции в разрезе полифакторного набора субъективных характеристик владельцев того или иного СМИ, а также приоритетных для этого СМИ основных акторов.

Проведенный в ходе исследования семантическо-тематический анализ публикаций русскоязычных СМИ Таджикистана в исследуемый период 2008-2013 г.г., выявил ряд основных закономерностей и особенностей:

- «Окрашивание» трудовой миграции из Таджикистана в негативные тона. Главный лейтмотив публикаций с негативным подтекстом – смертность среди трудовых мигрантов в России. Причем наряду с объективным, беспристрастным освещением преступлений против трудовых мигрантов из Таджикистана на территории других стран, появляются публикации, подаваемые в «сенсационном» виде. Именно они формируют стойкое, оппортунистическое отношение читательской аудитории к странам-реципиентам трудовых ресурсов из Таджикистана и придают имиджу «трудового мигранта» такую черту, как «жертвенность».

- Всестороннее освещение усилий государственных органов Республики Таджикистан по смягчению ситуации, связанной с введением квот на привлечение рабочей силы в Российской Федерации, уменьшением количества этих квот в связи с экономическим кризисом в России, ужесточении миграционного законодательства. Исследование выявило, что СМИ Таджикистана активно вовлечены в процесс сглаживания недовольства среди граждан Республики Таджикистан, лишившихся потенциальной возможности трудоустройства и соответственно источника для заработка средств для существования в связи с происходящими в Российской Федерации многоаспектными процессами в социально-экономической и общественно-политической жизни.

- Появление злободневной темы женской трудовой миграции из Таджикистана. Проведенное исследование выявило, что статьи о женской миграции содержат элементы аналитики, что обусловлено стремлением журналистов разобраться в этом новом для Таджикистана феномене, ведь до 2008 года женская трудовая миграция как самостоятельное явление, по мнению ряда экспертов, практически не существовала. Выезд женщин из Таджикистана в течение продолжительного времени был обусловлен сопровождением супруга

в трудовой миграции, причем зачастую с «прицелом» на постоянное место жительства в Российской Федерации и получением гражданства России.

- Преобладание темы обмана трудовых мигрантов со стороны недобросовестных работодателей (чаще всего - российские), задержки и невыплаты заработных плат. Эта сторона трудовой миграции из Таджикистана одна из самых «эксплуатируемых» в материалах русскоязычных СМИ Таджикистана на протяжении 2008-2010 г. и становящаяся преобладающей с 2011 года и по сей день.

- Появление статей в новом для русскоязычных СМИ Таджикистана жанре «хьюман стори», причем, как в виде перепечаток из российских СМИ, так и совместных проектов и материалов собственных корреспондентов., позволяющих рассказать читателю о трудовой миграции из Таджикистана в Россию с разных, подчас неожиданных, сторон.

- Беспристрастное, самокритичное освещение болезненных тем недобросовестного отношения трудовых мигрантов к своим обязанностям, недостаточной правовой грамотности, незнания русского языка, норм и обычаев общества других стран, необразованности и отсутствия профессиональной квалификации и т.п., сопровождающееся критическим экспертным осмыслением актуального состояния дел и поиском путей решения проблем.

- Осмысление влияния сокращения объемов денежных переводов трудовых мигрантов в связи с экономической нестабильностью в России на социально-экономическую и общественно-политическую стабильность в Таджикистане

- Привлечение внимания широких слоев населения к вопросам трудовой миграции и ее значения для жизни таджикского социума путем публикации официальной статистики и информации.

- Возникновение темы диверсификации трудовой миграции из Таджикистана, преодоления зависимости объема трудовой миграции из Таджикистана от миграционной политики основных стран реципиентов рабочей силы – России и Казахстана.

- Рост количества экспертных статей, являющихся свидетельством того, что русскоязычные СМИ Таджикистана не довольствуются ролью стороннего наблюдателя, констатирующего и описывающего негативные процессы трудовой миграции из Таджикистана в Россию и другие страны, а берут на себя функцию исследователей и аналитиков, пытающихся вскрыть проблемы и наметить пути их решения.

Кроме того, в 3 главе рассмотрены механизм и способы реагирования русскоязычных СМИ Таджикистана на экспоненциальный рост негативных публикаций о трудовых мигрантах в российских СМИ, на такие резонансные

события, как «дело летчиков», издание нашумевшего иллюстрированного «Справочника трудового мигранта» и т.п.

Выявлено особое место в исследуемый период таких журналистских материалов, как статья о встрече Президента Республики Таджикистан Эмомали Рахмона с трудовыми мигрантами в Российской Федерации во время его официального визита. Установлено, что подобные статьи не только вызывают огромный интерес читательской аудитории и являются своеобразным маяком для таджикских чиновников, но и задают векторы при формировании имиджа трудового мигранта в русскоязычных СМИ Таджикистана.

Подводит итог анализу публикаций русскоязычных СМИ Республики Таджикистан в исследуемый период с 2008 по 2013 г.г., констатирование основополагающей тенденции: характер, количество, стиль и манера подачи публикаций, посвященных вопросам трудовой миграции, на страницах русскоязычной прессы Таджикистана, их направленность и акцентированность на том или ином тренде, являются ассиметричным, незначительно отложенным по временной шкале, искаженно зеркальным ответом на публикации российских СМИ, пропущенным через призму официальной государственной политики Таджикистана в сфере трудовой миграции и ценностно-этических установок таджикского социума.

В заключении подводятся общие итоги исследования, формулируются его теоретические и практические выводы.

Проведенное исследование показало, что в современном мире, имиджеформирующая роль СМИ, заключающаяся в конструировании особой медиа реальности и медиа-восприятия того или иного образа, и в первую очередь, «трудового мигранта», в значительной степени определяет отношение социума любой страны к любому явлению общественной жизни, феномену, процессу, личности и т.д., создавая журналистские клише и стереотипы.

В современном российском обществе большая часть населения не имеет непосредственного контакта с трудовыми мигрантами, в связи с чем, огромное влияние на отношение населения к трудовым мигрантам оказывает информация СМИ. Именно она формирует массовые представления людей в области межнациональных отношений и может не только интегрировать полиэтничное население, но и разъединять его, задевая этнические чувства и достоинство людей, провоцируя массовые этнические обиды, вызывая нарастание напряженности и враждебности между представителями разных этнических групп, проживающих вместе.

Полученные в ходе эмпирического исследования результаты дают возможность утверждать следующее:

1. Под влиянием СМИ формируются устойчивые стереотипные образы, порождающие трансформации установок негативного ожидания в отношении к различным социальным группам:

Вне зависимости от особенностей личностно-смыслового мировосприятия аудитории СМИ, основные черты имиджа «трудового мигранта» унифицируются и стигматизируются. При этом, ярче всего эти процессы протекают в среде молодежных субкультур.

Применение некоторыми СМИ приема высмеивания тех или иных представителей диаспор, принижения умственных и физических человеческих качеств некоторых национальных меньшинств, создание атмосферы неприязни и безразличия ко всем трудовым мигрантам, вне зависимости от их человеческих качеств, уровня образования, компетенции, проф. навыков и т.п. вызывает негативный синергетический эффект, вызывая стигматизацию образа «трудового мигранта».

В результате исследования было установлено, что под влиянием средств массовой информации происходит примечательная метаморфоза: на фоне деперсонификации мигрантов происходит персонифицирование неодушевленного понятия (страна) «Россия», наделение ее такими человеческими чертами, как радушие, сердобольность, гостеприимство, отзывчивость, доброта и т.д.

Таким образом, достигается синергетический эффект, заключающийся в фиксации виктимного, негативного образа «трудового мигранта» на фоне страдающей, но по-христиански терпящей миграцию страны, приводящего к культивированию ксенофобии и к ликвидации толерантности населения к трудовым мигрантам.

Вышеуказанный имидж нового клише «трудовой мигрант» распространяется, прежде всего, на выходцев с Кавказа и из Таджикистана, в меньшей степени касается трудовых мигрантов из Узбекистана и Кыргызстана, и практически не «транслируется» на трудовых мигрантов из Украины, Белоруссии, Молдавии, стран Прибалтики.

Зеркальная ситуация представлена в русскоязычных СМИ Таджикистана, большинство публикаций в которых является своего рода ассиметричным ответом, порой запаздывающим по времени, на резонансные публикации российских СМИ. Имидж «трудового мигранта» формируется, прежде всего, чрез призму изучения феномена «трудовой миграции» как таковой. Особенно ярко этот подход проявляется в период с 1991 г. по 2008 г.

Проведенный анализ выявил четкую закономерность: возрастание количества журналистских публикаций в русскоязычной прессе Таджикистана в соответствии с ростом значимости феномена трудовой миграции в жизни таджикского социума.

Русскоязычные таджикские СМИ становятся своеобразной «трибуной» для выражения экспертных мнений российских, таджикских и международных экспертов в области трудовой миграции, анализа публикаций иностранной прессы о трудовых мигрантах и оценке их, влияние на имидж «трудовых мигрантов» из Таджикистана.

При этом, лейб-мотивом всех журналистских материалов является мысль о том, что трудовая миграция – процесс взаимовыгодный и для стран-доноров, таких как Таджикистан, и для стран-реципиентов, таких как Россия.

2. Формирование имиджа «трудового мигранта» как в Российской Федерации, так и в Республике Таджикистан происходит в основном под влиянием средств массовой информации.

Начиная с 2008 года, СМИ обеих стран активно ведут дискурс на тему трудовой миграции, формируя в социуме своих стран имидж «трудового мигранта». При этом, в журналистских материалах того или иного СМИ зачастую прослеживается политический заказ и ангажированность.

Все чаще и чаще в публикациях СМИ начинают появляться соответствующие «кричащие» либо негативные статьи про мигрантов, направленных на создание атмосферы ксенофобии, а порой, и национальной розни, с помощью которых начинает формироваться новый, виктимизированный и стигматизированный имидж трудового мигранта из стран постсоветского пространства.

Исследование выявило наличие четкой этнической окраски в публикации в российских СМИ в исследуемый период с 2008 по 2013 г.г., характеризующуюся появлением таких имиджевые черты «трудового мигранта» как национальная сплоченностью, проживание общинами, создание диаспоральных преступных групп, специализирующихся на наркоторговле, контрабанде оружия, «крышевании» бизнеса, рэкете, терроризме и т.д.

При этом, при суммарно-обобщенном контент-анализе, выявлена крайне негативная тенденция: обозначение мигрантов под собирательным образом «трудовой мигрант из Таджикистана» или «Таджик», что уже в наши дни стало укрепившимся, четко спозиционированным стереотипным клише, активно используемым как электронными, так и печатными СМИ Российской Федерации для обозначения подавляющего большинства происшествий и ЧП в сфере трудовой миграции.

Сравнительный анализ федеральных и региональных СМИ Российской Федерации в изучаемый период с 2008 г. по 2013 г., при совпадении основных тенденций и трендов при формировании имиджа «трудового мигранта», выявил наличие различий и региональных особенностей.

В журналистских материалах региональной особенностью СМИ Свердловской области стала очень четкая дифференциация образов «трудовых мигрантов» в зависимости от страны их происхождения: позитивный,

привлекательный образ «трудового мигранта» из стран Дальнего зарубежья и негативный, отрицательный образ «трудового мигранта» из стран постсоветского пространства и, особенно, из стран Средней Азии, объединяемых чаще всего под собирательным образом «таджикский трудовой мигрант».

Публикации республиканских СМИ Башкортостана направлены на активную стигматизацию и виктимизацию имиджа «трудового мигранта» на фоне позиционирования самой трудовой миграции как решения проблем региона, что вызвано усиливающейся позитивной ролью трудовой миграции для этой республики и официальной позицией властей региона.

При этом мизерное внимание уделяется таким темам, как противодействие межнациональных, межконфессиональных и иных конфликтам, обучение трудовых мигрантов русскому языку, истории, культуре России, пропаганда традиций, обычаев, этики и норм поведения российского социума среди трудовых мигрантов и т.д.

Говоря об имидже «трудового мигранта», формируемого русскоязычными СМИ Таджикистана, необходимо отметить, что он имеет ряд своих особенностей. Одними из ярчайших черт образа «трудового мигранта» из Таджикистана являются «доверчивость», негативным проявлением которой является обман со стороны работодателей (чаще всего - российских), которые не платят честно заработанные, кровные деньги, и «жертвенность», заключающаяся в вынужденности самой трудовой миграции в Россию, не смотря на высокую вероятность гибели мигрантов (напрямую связанную с их национальной идентичностью) от насильственной смерти.

3. В результате воздействия СМИ трансформирован имидж «трудового мигранта» в восприятии населения России и Таджикистана и на ценностно-смысловом уровне.

Начиная с 2008 года, в российских федеральных и региональных СМИ, особенно столичных, начинают активно эксплуатировать такие общемировые стереотипы, как религиозные и культурные различия социума Российской Федерации и трудовых мигрантов (прежде всего из стран Центральной Азии и Закавказья) и проводится параллели между жителями многочисленных европейских гетто и так называемых «черных окраин» европейских городов с трудовыми мигрантами из постсоветских стран, а имидж «трудового мигранта» начинает подаваться через призму рисков национальной безопасности, связанных с религиозным, исламистским радикализмом и терроризмом.

В журналистских материалах появляется новый тренд: на манер Западной Европы, отличающийся от российского ментально-семантический и культурно-исторический образ «трудового мигранта» начинают позиционироваться как основная угроза национальным ценностям россиян и их самоидентификации. При этом напрочь игнорируются такие уникальные черты России, являющиеся

основой ее сущности, мощи и исторической устойчивости ко всем потрясениям, как многонациональность ее народа, мультикультурализм и поликонфессиональность.

Выявлено акцентирование в материалах СМИ «неконтролируемости количества трудовых мигрантов», «их готовности к любой работе», что приводит к формированию стойкого негативного стереотипа у населения Российской Федерации, закрепленного в психологическом клише: «трудовой мигрант - главный конкурент на рынке труда».

При этом, исследование выявило причудливую деформация восприятия: с одной стороны, устойчивое неприятие трудовых мигрантов определенной категории (рабочих специальностей), а, с другой стороны, безусловное принятие других категорий мигрантов, которых не причисляют к категории «трудовые мигранты», хотя по факту, они таковыми являются (квалифицированные специалисты в разных областях).

Исследование выявило парадоксальную ситуацию: в исследуемый период медиа создают положительный образ миграции и отрицательный образ мигранта. При этом абстрактная миграция воспринимается как решение экономических проблем, в то время как живые реальные люди - трудовые мигранты - представители других культур и национальностей, - вызывают раздражение и неприятие.

В ходе анализа проводимой в публикациях тактики дегуманизации, придания образу «трудового мигранта» качеств диких зверей, усилия специалистов «черного» пиара направлены, прежде всего, на имидж «трудового мигранта» из Таджикистана, причем «взят курс» на создание четкой ассоциативной связи и ментального равенства между насилием, зверствами, извращениями и убийствами, совершаемыми любыми мигрантами с образом трудового мигранта из Таджикистана.

Ретроспективный анализ публикаций СМИ Российской Федерации и русскоязычных СМИ Республики Таджикистан периода с 1991 г. по 2008 г. и его сравнение с периодом 2008-2013 г.г. выявил нарастающий дефицит информационного освещения и сопровождения трудовой миграции в российских СМИ, что напрямую угрожает стабильности и национальному миру и согласию в России, и в русскоязычных таджикских СМИ, что является причиной создания различного рода мифов и домыслов в таджикском социуме.

Исследование выявило, что на страницах русскоязычной прессы Таджикистана, начиная с 2008 года, в большом количестве появляются ангажированные и созвучные негативным публикациям в СМИ России статьи о трудовых мигрантах. Именно они формируют негативное восприятие Российской Федерации в таджикском социуме.

В ходе исследование было зафиксирована значительная трансформация имиджа «трудового мигранта» в российском и таджикском социуме в

результате влияния масс-медиа, действующих в интересах ключевых геополитических игроков как пророссийской и протаджикской ориентации, так и их противников. Проведенное исследование позволило выделить основные поворотные моменты в процессе создания того имиджа «трудового мигранта», который активно эксплуатируют сегодня российские и таджикские русскоязычные СМИ.

При дальнейшем исследовании проблемы представляется перспективным изучение вопросов, связанных с особенностями восприятия образов в материалах СМИ различными возрастными и этническими группами, а также изучение влияния медиа-образов на развитие взаимной толерантности мигрантов и представителей местного населения.

Литература.

1. Абдуллаев, М.А., Нуралиев, А.Н. Этические проблемы в системе деонтологии журналистики. К вопросу о взаимосвязи этики и культуры журналиста / М.А. Абдуллаев, А.Н. Нуралиев // Актуальные проблемы журналистики : Сборник научных статей. - Д.: РТСУ, 2015. - С.15.
2. Вайт, П., Вудс, Р. Географическое влияние миграции / П. Вайт, Р. Вудс. - М.: Эксмо-пресс, 2007. – 140 с.
3. Василенко, В. Н., Ульмасов, Р. У., Глобализация и вынужденная миграция народонаселения / В. Н. Василенко, Р. У. Ульмасов. - Д.: Изд-во РТСУ, 2007. – 468 с.
4. Ионцев, В.А. Миграция населения. Теория и практика исследования / В.А. Ионцев. - М.: Изд-во МГУ, 2001. – 130 с.
5. Кинг, Р. География и изучение миграции: прошлое и будущее / Р. Кинг. - В.: Апостроф, 2014. – 54 с.
6. Куватова, А.А. Концептуальные подходы к изучению современных медиа и медиа коммуникаций/ А.А. Куватова // Актуальные проблемы журналистики : сборник научных статей; под общ. ред. Н.Н.Салихова. - Д.: РТСУ, 2016. - №9. - С. 26.
7. Липман, У. Общественное Мнение / У. Липман. - К.: Сантьяго, 2002. – 36 с.
8. Моисеенко, В.М. Внутренняя миграция населения / В.М. Моисеенко. – М: Экономический факультет МГУ, ТЕИС, 2004. – 285 с.
9. Муллоев, Ш.Б., Абдуллаев, М.А. Особенности функционирования онлайн-изданий в Республике Таджикистан (на примере онлайн-версий газет «Азия-Плюс», «Фараж». «Народная газета») / Ш.Б. Муллоев, М.А. Абдуллаев // Вестник РТСУ. – Д.: РТСУ, 2015. – № 4(51). – С.259.
10. Олимова, С., Боек, И. Трудовая миграция из Таджикистана / С. Олимова, И. Боек. - Д.: Шарк, 2003. - 126 с.
11. Олимова, С., Олимов, М. Международная миграция в постсоветском Таджикистане и проблема защиты прав мигрантов и их семей :

- Аналитический отчёт / С. Олимова, М. Олимов. – Д.: Изд-во ЮНЕСКО, 2005. – 95 с.
12. Рахмонов, Э. Ш. Таджикистан на пороге будущего : Сборник выступлений Президента РТ Эмомали Рахмонова в СМИ России / Э. Ш. Рахмонов. - М.: ИТАР-ТАСС, 1997. – 170 с.
 13. Рахмон, Э. Независимость Таджикистана и возрождение нации. Собрание сочинений: в 12 т. / Эмомали Рахмон. Душанбе: Ирфон, 2006. – 12 т.
 14. Садуллаев, А.С., Салихов, Н.Н. Техника и технология средств массовой информации. Печать, телевидение, радиовещание, Интернет : учебное пособие для студентов специальности «Журналистика» / А.С. Садуллаев, Н.Н. Салихов. – Д.: Ирфон, 2009. - 234 с.
 15. Саидов, З.Ш. Внешняя политика Таджикистана в условиях глобализации / З.Ш. Саидов. – Д.: Авесто, 2004. – 154 с.
 16. Саидов, З.Ш., Сабуров, А. Таджикистан на рубеже тысячелетий: реализация национальных интересов на международной арене / З.Ш. Саидов, А. Сабуров. - Д.: Авесто, 2004. – 432 с.
 17. Ульмасов, Р.У. Положительные и отрицательные аспекты внешней трудовой миграции / Р.У. Ульмасов // Журнал «Кадровый менеджмент». – М.: Кадровый менеджмент, 2008. – №1. – С. 69.
 18. Умаров, Х.У. Экономический рост и решение проблемы безработицы / Х.У. Умаров // Экономика Таджикистана: стратегия развития. - Д.: АН РТ, 2008. - №2. – С.28.
 19. Хомидов, Д.Б. СМИ в контексте информационной политики и информационной безопасности Республики Таджикистан : дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10 / Хомидов, Диловаршо Борухдинович. – Д., 2012. - 163 с.

Основные положения диссертации отражены в следующих публикациях:

1. Петрушкова Е.А. Особенности освещения и создания имиджа трудовой миграции в СМИ России и Таджикистана / Е.А. Петрушкова // Вестник Таджикского национального университета: научный журнал. – Д.: Сино, 2013. - №4-1 (105). – С.290-296.
2. Петрушкова Е.А. Освещение проблем трудовой миграции в СМИ России и Таджикистана / Е.А. Петрушкова // Вестник Педагогического университета : научный журнал. – Д.: Изд-во ТГПУ, 2013. - № 2 (51). - С. 253-257.
3. Абдуллаев М.А., Петрушкова Е.А. Создание и трансформация имиджа «трудового мигранта» в СМИ Российской Федерации в 1991-2008 г.г. / М.А., Абдуллаев, Е.А. Петрушкова // Вестник Университета : научный журнал. – Д.: РТСУ, 2016. – №4 (56). - С.187-194.
4. Петрушкова Е.А. Формирование имиджа «трудового мигранта» в русскоязычных СМИ Республики Таджикистан в 1991-2008 г.г. / Е.А. Петрушкова // Вестник Таджикского национального университета : научный журнал. – Д.: Сино, 2017. - №5. - С.273-278.

Сдано в набор 02.05.2017. Подписано в печать 02.05.2017.
Бумага офсетная. Печать офсетная. Гарнитура литературная.
Формат 60x84_{1\16}. Услов. печ. л. 1,5.
Тираж 100 экз. Заказ № 240

Отпечатано в типографии РТСУ
734025, Республика Таджикистан, г. Душанбе, ул. М.Турсун-заде, 30