

УДК 316.316.658.2

ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ ЖИТЕЛЕЙ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА О ТРУДОВЫХ МИГРАНТАХ И ФАКТОРЫ, ЕГО ФОРМИРУЮЩИЕ

© 2014г.

Е.А. Окладникова

Санкт-Петербургский государственный инженерно-экономический университет

okladnikova-ea@yandex.ru

Поступила в редакцию 20.09.2011

Представлены результаты опроса автохтонных жителей Санкт-Петербурга, осуществленного с целью выяснения иерархии агентов влияния (т.е. факторов) на массовое сознание, которые формируют негативные гетеростереотипы в отношении трёх сообществ трудовых мигрантов (кавказского, среднеазиатского и восточноевропейского), а также результаты анализа коммуникативно-регуляционных механизмов, формирующих общественное мнение жителей мегаполиса.

Ключевые слова: трудовая миграция, негативные гетеростереотипы, агенты влияния на массовое сознание, общественное мнение.

Общественное мнение о трудовых мигрантах – объект многих социологических исследований. В 2010 г. нами было проведено исследование, объектом которого стало общественное мнение населения Санкт-Петербурга в отношении трудовой миграции, а точнее, системы стереотипных представлений жителей города, связанных с такими понятиями, как «трудовой мигрант», «чужой», «другой», «некоренной», «исключенный». Под *трудовой миграцией* мы понимаем временное перемещение конкретных групп трудоспособного населения из одной страны в другую. Цель такого перемещения — приобретение денег за квалифицированный или неквалифицированный труд. Сами трудовые мигранты объясняют, что деньги нужны им, чтобы кормить семью.

Сопоставляя полученные данные с результатами социологических исследований: материалами опросов ВЦИОМ и Левада-Центра (1990–2000); проекта Московской школы политических исследований «Власть и общество» (1998); «Зарубежные мигранты в Москве: социолого-экономический анализ влияния на социальные процессы» (2002)¹; «Мониторинг социальной сферы» (2003–2004)²; «Таджики в московском социуме» (2009)³; «Занятость и труд: этнические особенности» (2007); «Москвичи – столичные жители» (2004–2005 г.)⁴, мы столкнулись с одной важной исследовательской проблемой. Согласно работам социологов прошлых лет, несмотря на заявления верховной власти о поддержке политики интернационализма, в массовом сознании населения современного мегаполиса существует и постоянно усиливается система негативных гетеростереотипов в отношении трудовых мигрантов. Эти системные

негативные гетеростереотипные представления опираются на информацию, которую жители мегаполиса получают из трёх основных источников: СМИ, директивы власти и сообщения лидеров мнений (малой группы, т.е. близких друзей и родственников). Вопрос здесь не только в том, как политические и социально-экономические трансформации в жизни населения России повлияли на характер отношений населения Санкт-Петербурга к трудовым мигрантам, но и в том, какая из этих сил оказала большее воздействие на формирование негативных гетеростереотипов массового сознания жителей мегаполиса. В нашем исследовании мы были заинтересованы в построении иерархии этих сил.

Предметом исследования стал сравнительный анализ содержания стереотипных представлений на уровне авто- и гетеростереотипов, изученных в зависимости от пола и возраста респондентов – жителей мегаполиса, связанных с тремя крупными социальными группами трудовых мигрантов: 1) кавказской (выходцы из бывших республик Кавказа: армяне, грузины, чеченцы); 2) среднеазиатской (таджики, узбеки); 3) восточноевропейской (украинцы, молдаване). Стереотипные представления рассматривались нами в контекстах четырех дискурсов: журналистского, властного, научного (социологического) и обыденного (конструируемого нормами обычного права жителей современного мегаполиса).

Методикой полевого исследования был избран анкетный опрос, работа с фокус-группами ($N=6$) и экспертное интервью ($N=7$). К экспертной работе были привлечены ученые из научных и учебных учреждений Санкт-Петербурга.

Таблица 1

Характеристика выборки	
Количество человек	
Всё население	400
<i>мужчин</i>	178
<i>женщин</i>	222
Трудоспособного возраста	290
Старше трудоспособного возраста	110
Мужчины 16–29 лет	52
30–59 лет	96
60 лет и старше	30
Женщины 16–29 лет	50
30–54 года	92
55 лет и старше	80

Таблица 2

Объекты и фокус наблюдений взаимодействия жителей Санкт-Петербурга и трудовых мигрантов		
Объект исследования	Характеристика социальных практик	Коммуникативно-регулятивные механизмы социальных отношений
Жители Санкт-Петербурга	Стереотипы общественного мнения и их характеристики	Нормы, ценности, обычаи

Членами фокус-групп были жители города разного пола и возраста, считающие себя коренными петербуржцами. В интервью с экспертами мы уясняли несколько важных для понимания общей социокультурной ситуации идей, которые формируют общественное мнение жителей мегаполиса в отношении трудовых мигрантов.

Опрос проводился в декабре 2010 г. ($N = 400$ чел.) силами специально подготовленных интервьюеров на основании квотной выборки (табл. 1).

В анкету вошли 42 вопроса, тематически сгруппированные по следующим категориям, характеризующим как автостереотипы жителей Санкт-Петербурга т.е. их представления о самих себе, так и гетеростереотипы, т.е. представления жителей Санкт-Петербурга о трудовых мигрантах. К числу автостереотипов были отнесены такие представления петербуржцев о себе, как: 1) допустимый уровень социальной дистанции в отношении трудовых мигрантов; 2) уровень самостоятельности оценочных суждений респондентов по вопросам трудовой миграции; 3) влияние на характер суждений о трудовых мигрантах средств массовой информации, властного дискурса, мнений членов малой группы и др. В число гетеростереотипов жителей Санкт-Петербурга (т.е. их представлений о трудовых мигрантах) вошли следующие: 1) представления о пользе/вреде трудовой миграции в целом; 2) объем социальной дистанции жителей мегаполиса в отношении трудовых мигрантов; 3) степень истинности стереотипных представлений о трудовой миграции, господствующих в общественном мнении жителей мегаполиса; 4) характер согласованности стереотипных представлений о трудовой мигра-

ции; 5) характер представлений жителей мегаполиса о межэтнических отношениях и др. Участники фокус-группы ($N = 6$) и эксперты ($N = 7$) были вовлечены в работу по операционализации понятий, которые позднее были использованы для формулировки вопросов анкеты. Среди таких понятий, сопрягаемых членами фокус-группы со словосочетанием «трудовой мигрант», оказались следующие: «умный», «предприимчивый», «трудовой мигрант как объект зависти».

Социологическому анализу был подвергнут такой коммуникативно-регуляционный механизм, как общественное мнение представителей страны-реципиента (России). В ходе исследования стало ясно, что общественное мнение жителей страны-реципиента (в частности, жителей Санкт-Петербурга) формируется в системе нескольких контекстов. Основными контекстами формирования общественного мнения жителей Санкт-Петербурга в отношении трудовых мигрантов стали антроподографический, экономодографический, пространственно-семиотический, адаптивно-интеграционный и социально-коммуникативный. Иными словами, на характер общественного мнения жителей Санкт-Петербурга в отношении трудовых мигрантов оказывали влияние коммуникативно-регуляционные механизмы не только общества принимающей стороны, то есть жителей европейского мегаполиса, но и традиционного общества, выходцами из которого были трудовые мигранты из стран Средней Азии и Кавказа. Общественное мнение жителей мегаполиса формировалось под влиянием факторов, организующих эти контексты, то есть под влиянием политического дискурса (политической воли), СМИ, малых групп и, только в последнюю оче-

редь, научного дискурса (результатов социологических исследований).

Влияние факторов СМИ, власти и малой группы (лидеров мнений) на динамику общественного мнения с различных сторон изучались: в *общетеоретическом аспекте* (М.К. Горшков) [1]; *социально-психологическом* и *социально-политическом* аспектах (Б.Г. Капустин [2], С.Г. Кара-Мурза [3], А.И. Ковлер [4, 5]); в аспекте *динамики развития отношений власти и общественного мнения* (Ю.А. Левада) [6]; в аспекте взаимодействия общественного мнения и власти (Д. Гавра) [7, 8, 9]. Проблемы функционирования общественного мнения в разного типа социально-политических условиях исследовались зарубежными авторами: Э. Кассирером [10], М. Маклюэном [11], Э. Нозль-Нойман [12], Ю. Хабермасом. Ю. Хабермас писал об общественном мнении как об информации, исходящей от народа в направлении власти, то есть как о потоке, для которого в институтах власти должны быть некие диффузные «поры», «каналы», в которые проникает неинституционализованная, «нерасписанная», нефиксированная информация от общества [13].

Согласно этим исследованиям, практически все проблемы, включая и проблемы, связанные с трудовой миграцией, которые отражает общественное мнение жителей мегаполиса, конструируются на публичных аренах [14], то есть в СМИ, в Интернете, на политических трибунах.

Известно, что, существуя в реальном мире, люди веками живут в вымышленной реальности, создаваемой идеологиями, мифологическими образами, фантазией и воображением. Также известно, как действия политиков под влиянием идеологии или бизнеса оказывают воздействие на общественное мнение: жители мегаполиса, включая наших респондентов, начинают верить тому, что им внушается властями. Например, наши респонденты верили тому, что ужесточение миграционной политики — это благо для общества и каждого респондента лично. В качестве примера приведем известный факт. Стоило политикам на юге России выступить против конкретных этнических общин, население начинало открыто их поддерживать. Например, губернатор Краснодарского края А.Н. Ткачев и его предшественник на этом посту Н.И. Кондратенко боролись с «армянской экспансией», несмотря на то, что армянская община обосновалась на Кубани несколько столетий назад. Кроме того, она весьма неоднородна по своему социодемографическому составу [15, с. 69]. Специалист в области изучения миграционных процессов В.И. Мукомель писал по этому поводу: «...И власти, и политики, и

СМИ сегодня делают акцент преимущественно на негативных последствиях притока мигрантов и формирования «новых диаспор». Высказывания политиков, подхваченные СМИ, касающиеся особой озабоченности быстрой динамикой роста ксенофобских настроений и апелляция к ним практически всех политических сил, избирательность фобий по отношению к определенным этническим группам и ужесточение форм преследования «иных» настораживают» [15, с. 67]. Любые негативные высказывания представителей власти в отношении трудовых мигрантов создают почву для формирования негативных гетеростереотипов массового сознания по отношению к трудовым мигрантам. Общий негативный дискурс власти формирует ксенофобские общественные настроения и общественное мнение, разделяемое частью потенциального электората таких партий, как ЛДПР, КПРФ, СПС и др. [15, с. 75]. СМИ, проплаченные конкретными партиями, включаются в пропагандистскую работу. В результате поддерживаемые СМИ и властью антимигрантские настроения создают негативный дискриминационный фон, усугубляющий жизненные проблемы трудовых мигрантов (проблемы с жильём, устройством на работу, адаптационными практиками и др.). В ходе исследования стало ясно, что наши респонденты в своем сознании постоянно нагнетают антимигрантскую истерию, защищая современную и будущую Россию от «почернения», готовы без разбора «выдворять» любых приезжих.

Наши наблюдения подтверждают мысль У. Липмана, высказанную им ещё в начале 1920-х гг., о склонности массового сознания к заблуждениям и самообману: «...Мы утверждаем, глядя на них (людей прошлых эпох. — Е.О.) со стороны, что мир, который предстал перед ними, был зачастую абсолютно противоположен миру, который они себе представляли. Мы также видим, что, управляя людьми, сражаясь, торгуя, производя реформы, в мире своего воображения они добивались или не добивались своей цели в мире реальном. Они отправились в Индию, а обнаружили Америку. Они считали, что ловили нечистую силу, а вешали старух. Они думали, что могут разбогатеть, все время продавая и никогда не покупая...» [16]. Под впечатлением этих строк, написанных У. Липманом почти сто лет назад, мы задались следующими вопросами: 1) насколько самостоятельны, а главное, 2) насколько истинны ответы респондентов, полученные в ходе нашего социологического исследования, 3) под давлением каких коммуникативно-регуляционных механизмов, пусть и не осознаваемых респондента-

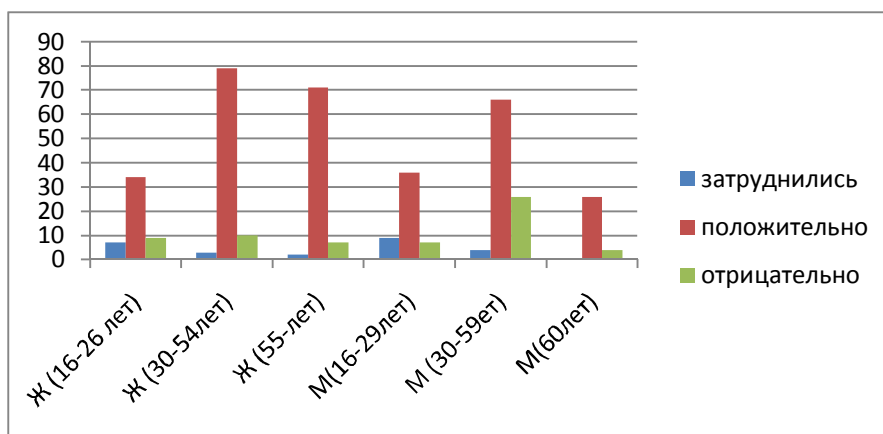


Рис. 1. Степень убежденности респондентов в том, что их отношение к трудовым мигрантам основано на их личных убеждениях

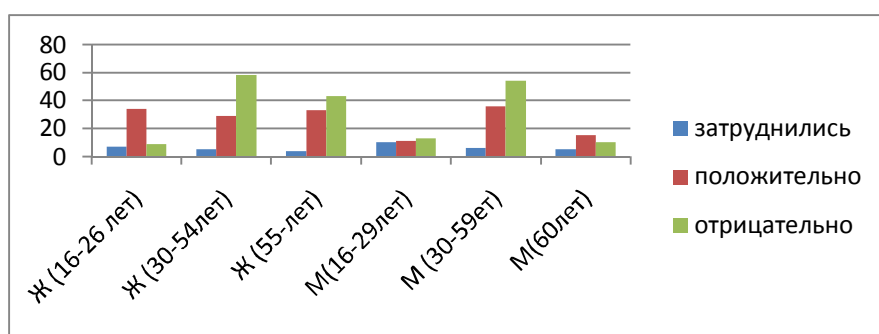


Рис. 2. Влияние лидеров мнений (семья, родные, друзья) на отношение респондентов к трудовым мигрантам

ми, формировались их ответы об отношении к трём сообществам трудовых мигрантов?

С целью получения ответов на поставленные вопросы, а также обретения ключей к пониманию ценностно-нормативных доминант массового сознания жителей мегаполиса, высвечивающих автостереотипы сознания респондентов, мы предложили им ответить на вопросы, приведенные ниже.

Ответ на вопрос (рис. 1) вызвал наименьшую степень сомнения у респондентов среднего и пожилого возраста, притом молодых мужчин (9%) и молодых женщин (7%) он явно озадачил. Все респонденты, независимо от пола и возраста, единодушно указали, что они абсолютно самостоятельны в формировании своих представлений о трудовых мигрантах. Соответственно, такие факторы, как СМИ, политический дискурс и представления «лидеров мнений» из малых групп, на их мнение не могут оказывать влияние. Тем не менее в ходе проведенного исследования были выявлены противоположные результаты (рис. 2).

Подсчеты показали: чем младше были женщины-респонденты, тем более зависимы их ответы на этот вопрос от мнения друзей и

родственников. Молодые женщины (16–29 лет, 50 чел. – 7%) испытывали наибольшие затруднения в ответе на этот вопрос. Наиболее самостоятельны в принятии решений по поводу трудовых мигрантов (58% против 29%) оказались представительницы среднего возраста (30–54 года, 92 чел.). Женщины старшего возраста (55 лет и старше, 80 чел.) считали, что судят о трудовых мигрантах самостоятельно, не полагались на мнение родственников и друзей (43% против 33%). Пожилые мужчины (60 лет и старше, 30 чел.) оказались более зависимы от мнения родственников и друзей в ответе на вопрос (15% против 10%), чем мужчины других возрастов. Молодые мужчины (16–29 лет, 52 чел.) продемонстрировали: 1) большие сомнения в ответе на этот вопрос (10%); 2) уверенность в большой самостоятельности ответов (31% против 11%). Наиболее независимыми (54% против 36%) от мнения родственников и друзей в вопросах, связанных с трудовой миграцией, оказались мужчины трудоспособного возраста (30–54 года, 92 чел.).

Подверженными влиянию мнения «лидеров мнений», а именно родственников, друзей в формировании негативных стереотипных пред-

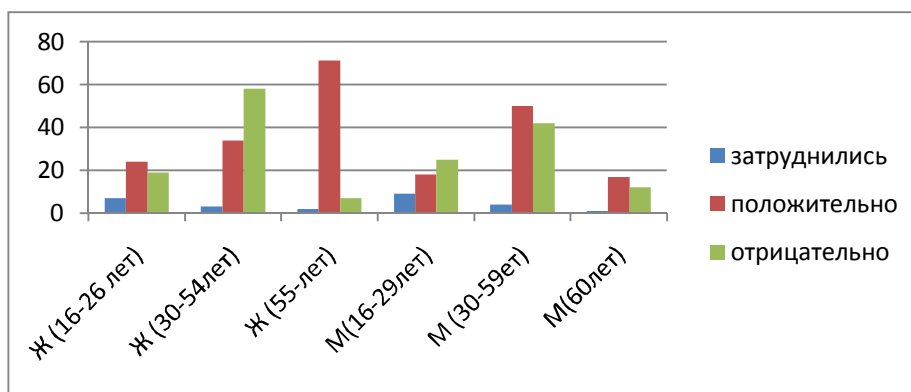


Рис. 3. Влияние СМИ на отношение респондентов к трудовым мигрантам

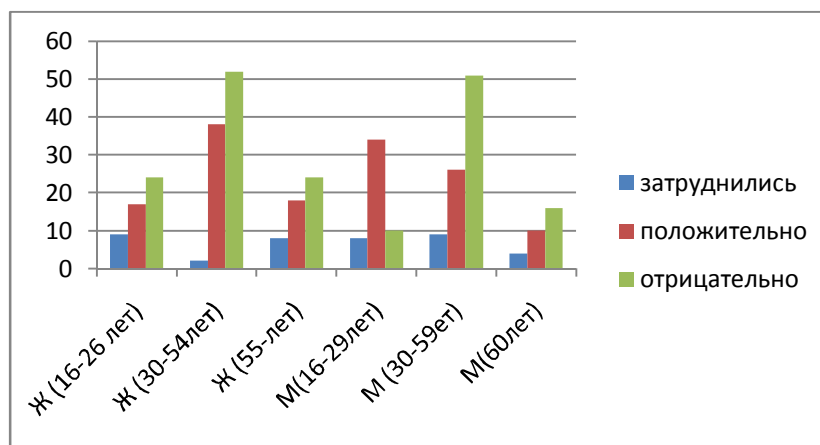


Рис. 4. Влияние мнения властей на отношение респондентов к трудовым мигрантам

ставлений о трудовых мигрантах оказались, в основном, молодые женщины (16–26 лет) и пожилые мужчины (старше 60 лет). Большинство респондентов обоих полов, особенно трудоспособного возраста, считали себя свободными от их влияния.

Особые затруднения и сомнения ответ на вопрос о влиянии СМИ вызвал у молодых женщин (7%). Женщины среднего возраста в своём мнении относительно трудовых мигрантов не полагаются на идеи, генерируемые СМИ (58% против 31%), в отличие от женщин пожилого возраста (71% против 7%). Наиболее внимательными к мнению СМИ оказались именно женщины пожилого возраста. Больше всего сомнений в ответе на этот вопрос возникло у молодых мужчин (9%). Как видно на рисунке 3, молодые мужчины-респонденты не ориентируются на мнение СМИ (25% против 18%), формируя своё отношение к трудовым мигрантам, в отличие от мужчин среднего (50% против 42%) и пожилого (17% против 12%) возрастов.

Как оказалось, СМИ более всего оказывают влияние на формирование мнения о трудовых мигрантах у молодых (16–19 лет) и особенно пожилых (55 лет и старше) женщин, а также у

мужчин трудоспособного возраста (30–59 лет) и пожилых мужчин (после 60 лет). Остальные респонденты полагали, что информация в СМИ не влияет на их мнение о трудовых мигрантах.

Так, все респонденты-женщины единодушно продемонстрировали большую дистанцированность от власти. Большинство женщин молодого (24% против 17%), среднего (52% против 38%) и пожилого (54% против 18%) возрастов ответили отрицательно на этот вопрос, считают свое мнение независимым от мнения властей. Сомнение в ответе на вопрос выразили в основном молодые (9%) и пожилые (8%) женщины, у которых в сознании, возможно, более четко, чем у представительниц среднего возраста, выражена психологическая позиция «ведомый». Мужчины среднего (26% против 51%) и пожилого (16% против 10%) возрастов оказались весьма категоричны в своих отрицательных ответах, уверены, что в ответах на вопросы анкеты они ориентируются на собственное мнение. Мужчины молодого (34% против 10%) возраста, напротив, полагаются в своём мнении относительно трудовых мигрантов на мнение властей. Наибольшее затруднение ответ на вопрос вызвал у мужчин среднего возраста (9%) и мо-

лодых женщин (9%). Только молодые респонденты-мужчины (16–26 лет) указали, что властный дискурс оказывает влияние на их отношение к трудовым мигрантам. Остальные респонденты в разной степени старались игнорировать мнение властей (рис. 4).

При сравнении ответов респондентов на вопрос № 1 и на три следующих вопроса (проверочных для вопроса № 1) о факторах, которые оказывали влияние на их негативные гетеростереотипы в отношении трудовых мигрантов, оказалось, что все респонденты серьёзно ошибались, полагая, что они самостоятельны в своих представлениях о трудовых мигрантах. Наиболее подтвержденными влиянию «лидеров мнений» на уровне малой группы оказались молодые женщины (16–19 лет) и пожилые мужчины (после 60 лет). Самыми СМИ-внушаемыми оказались молодые женщины (16–29 лет), пожилые женщины (55 лет и старше), мужчины трудоспособного возраста (30–59 лет) и пожилые мужчины (после 60 лет), а наиболее подтвержденными влиянию властного дискурса – молодые мужчины (16–26 лет).

Причина противоречия между ответами респондентов на первый и три последующих вопроса была частично раскрыта в ходе операционализации понятия «собственное мнение» во время работы с фокус-группой. Участники фокус-группы согласились с тем, что мнение каждого респондента формируется как кумулятивный феномен сознания, аккумулируя информацию из доступных источников. Иерархия информационных каналов выстраивается в соответствии с тем, какой из каналов наиболее активно влияет на сознание респондента. Иными словами, мнение респондента находится в прямой зависимости от: 1) интенсивности и частоты информационного воздействия СМИ, характера властного дискурса и мнения «лидеров мнений» (представителей малой группы), эмоциональности языка СМИ; 2) от степени доверия (уровня критического мышления) респондента в отношении каждого из перечисленных выше информационных каналов. Эксперты и участники фокус-группы также указывали, что при оценке уровня самостоятельности принятия решений респондент не руководствуется гендерными установками традиционного общества, то есть внедренной в сознание установкой на то, что женщинам следует в большей степени, чем мужчинам, в принятии решений руководствоваться мнением ближайшего окружения (старшие родственники, муж, друзья). Мужчины же должны быть более критичны, самостоятельны в принятии решений, то есть быть ответственными за свои поступки, полагаясь на свой критический ум и сильную волю.

Наши исследования подтвердили идеи, сформулированные в статье Э. Лакло и Ш. Муффа [17], а именно что информационный (СМИ), властный дискурсы и мнение «лидеров мнений» (малая группа) формируют социально-психологические установки жителей мегаполиса с помощью тех значений, которые респонденты принимают за свои собственные. Негатив межэтнических установок (гетеростереотипов в отношении трудовых мигрантов) – это реакция на «комплекс обстоятельств», которыми, по мнению Л.М. Дробижевой, являются: «1) ограниченные ресурсы выживания (почти пятая часть населения в эти годы «едва сводила концы с концами, денег не хватало даже на продукты»; у 40% денег хватало на еду, но покупка одежды вызывала серьезные затруднения), 2) опасение за сохранение своих жизненных интересов (конкуренция в трудовой сфере, непривычность нового культурного пространства), 3) неуверенность в будущем, недоверие к социальным институтам» [18, с. 61–191]. Негативные гетеростереотипы общественного мнения жителей мегаполиса (Санкт-Петербург) в отношении трудовой миграции являются результатом работы ценностно-нормативных установок их коллективного сознания [19, с. 121–126], сформированных под влиянием трех базовых факторов: СМИ, властного дискурса и мнений представителей малой группы (ближайшего окружения).

Новым оказалось, что в процессе исследования проявилась иерархия этих факторов. Наиболее сильное влияние на формирование негативных гетеростереотипов общественного мнения жителей мегаполиса в отношении трудовых мигрантов оказывают не «лидеры мнений», действующие на уровне малой группы, не властный дискурс законодательной, исполнительной и судебной властей, а «язык вражды», свойственный радикальным СМИ. Радикальные СМИ (например, радиостанция «Эхо Москвы», интернет-газета «Полит.ру», «Новая газета» и др.) позиционируют себя как «рупоры демократии», выразители «гласа народа». Получается некий замкнутый круг, в системе которого рождается и используется «язык вражды», поддерживающий негативные гетеростереотипы общественного сознания жителей мегаполиса в отношении трудовых мигрантов. В угоду массовому сознанию журналисты активизируют эмоциональный «язык вражды» в отношении трудовых мигрантов, активизируя негативные гетеростереотипы в системе коллективных представлений жителей Санкт-Петербурга.

Примечания

1. Руководитель проекта – Юдина Т.Н.; члены ВТК: Сазонов А.А., Слепченко А.В.) выполнено в 2002 г. по заказу Комитета по телекоммуникациям и средствам массовой информации правительства г. Москвы. Цель исследования – изучение реальной ситуации, связанной с присутствием международных мигрантов в Москве, оценка влияния мигрантов на различные сферы жизнедеятельности мегаполиса, в том числе на рынок труда, уровень преступности, социальную комфортность москвичей и др.

2. Руководители проекта: Жуков В.И., Осадчая Г.И.; члены ВТК: Сазонов А.А., Юдина Т.Н. и др.). В шести федеральных округах России исследовалось социально-экономическое положение мигрантов, прибывших из регионов России и стран ближнего зарубежья. Изучались причины миграционных перемещений в данные округа России, а также факторы, влияющие на миграционные настроения населения. Опрошено 4000 человек. Выборка квотная.

3. Руководитель Иванова Т.Д., 2009.

4. Материалы исследования основных этнических групп Москвы по Проекту «Москвичи – столичные жители» под рук. Арутюняна Ю.В., 2004–2005 гг., в ходе которого было опрошено 3000 тыс. чел.

Список литературы

1. Горшков М.К. *Общественное мнение*. М.: Политиздат, 1988. 383 с.
2. Капустин Б.Г., Клямкин И.М. Либеральные ценности в сознании россиян // *Политические исследования*. 1994. № 1. С. 175–184.
3. Кара-Мурза С.Г. *Манипуляция общественным сознанием*. М.: Алгоритм, 2000. 735 с.
4. Ковлер А.И. *Основы политического маркетинга: Технология организации избирательной кампании*. М.: Институт государства и права РАН, 1993. 46 с.
5. Ковлер А.И. Семантика политической пропаганды буржуазных партий в период избирательных

кампаний (на примере Франции). М.: Ежегодник САПН, 1993. С. 183–192.

6. Левада Ю. *От мнений к пониманию. Социологические очерки (1993–2000)*. М.: Моск. школа. соц. исследований, 2000. 276 с.

7. Гавра Д.П. *Общественное мнение и власть: режимы и механизмы взаимодействия* // *Журнал социологии и социальной антропологии*. 1998. Т. 1. № 4. С. 11–13.

8. Гавра Д.П. *Общественное мнение как социологическая категория и социальный институт*. СПб.: ИСЭП РАН, 1995. 350 с.

9. Гавра Д.П., Соколов Н.В. *Исследование политических ориентаций* // *Социс*. 1999. № 1. С. 66–77.

10. Кассирер Э. *Техника современных политических мифов* // *Вестник Московского ун-та. Сер. 7. Философия*. 1990. № 2. С. 58–70.

11. Маклюэн М. *Понимание медиа: внешние расширения человека*. М.: Кучково поле, 2007. 232 с.

12. Ноэль-Нойман Э. *Общественное мнение. Открытие спирали молчания*. М.: Прогресс-Академия, 1996. 160 с.

13. Хабермас Ю. *Вовлечение другого. Очерки политической теории*. СПб.: Наука, 2001. 391 с.

14. Хилгартнер С., Боск Ч.Л. *Рост и упадок социальных проблем: концепция публичных арен* // *Средства массовой коммуникации и социальные проблемы: Хрестоматия*. Казань: Изд-во Каз. ун-та, 2000. С. 18–53.

15. Мукомель В.И. *Миграционная политика России. Постсоветские контексты*. М.: ИСПИ РАН, 2005. 351 с.

16. Липман У. *Внешний мир и его картина в нашем сознании* // *Электронный ресурс*. <http://www.socjournal.ru/article/553> (дата обращения май 2011).

17. Laclau E., Mouffe C. *Hegemony and socialist strategy: Towards a radical democratic politics*. London: Verso, 1985. 340 p.

18. *Социальное неравенство этнических групп / Отв. ред. Л.М. Дробижева*. М.: Наука, 2002. 480 с.

19. *Общественное мнение*. 2005. М.: Наука, 2005. 284 с.

PUBLIC OPINION OF ST. PETERSBURG RESIDENTS ABOUT MIGRANT WORKERS AND THE FACTORS THAT FORM IT

E.A. Okladnikova

The results of a survey of the autochthonous inhabitants of St. Petersburg are presented. The purpose of the survey was to clarify the hierarchy of the factors influencing the mass consciousness that form negative heterostereotypes in relation to three communities of migrant workers (Caucasian, Central Asian and Eastern European). The results of our analysis of communicative-regulatory mechanisms that form public opinion are also given.

Keywords: labour migration, negative heterostereotypes, agents of influence on mass consciousness, public opinion.

References

1. Gorshkov M.K. *Obshchestvennoe mnenie*. M.: Politizdat, 1988. 383 s.
2. Kapustin B.G., Klyamkin I.M. Liberal'nye cennosti v soznanii rossiyan // *Politicheskie issledovaniya*. 1994. № 1. S. 175–184.

3. Kara-Murza S.G. *Manipulyaciya obshchestvennym soznaniem*. M.: Algoritm, 2000. 735 s.
4. Kovler A.I. *Osnovy politicheskogo marketinga: Tekhnologiya organizacii izbiratel'noj kampanii*. M.: Institut gosudarstva i prava RAN, 1993. 46 s.
5. Kovler A.I. *Semantika politicheskoy propagandy burzhuznyh partij v period izbiratel'nyh kampanij* (na

- primere Francii). M.: Ezhegodnik SAPN, 1993. S. 183–192.
6. Levada Yu. Ot mnenij k ponimaniyu. Sociologicheskie ocherki (1993–2000). M.: Mosk. shkola. soc. issledovanij, 2000. 276 s.
7. Gavra D.P. Obshchestvennoe mnenie i vlast': rezhimy i mekhanizmy vzaimodejstviya // Zhurnal sociologii i social'noj antropologii. 1998. T. 1. № 4. S. 11–13.
8. Gavra D.P. Obshchestvennoe mnenie kak sociologicheskaya kategoriya i social'nyj institut. SPb.: ISEHP RAN, 1995. 350 s.
9. Gavra D.P., Sokolov N.V. Issledovanie politicheskikh orientacij // Socis. 1999. № 1. S. 66–77.
10. Kassirer E.H. Tekhnika sovremennykh politicheskikh mifov // Vestnik Moskovskogo un-ta. Ser. 7. Filosofiya. 1990. № 2. S. 58–70.
11. Maklyuehn M. Ponimanie media: vneshnie rasshirenija cheloveka. M.: Kuchkovo pole, 2007. 232 s.
12. Noehl'-Nojman E.H. Obshchestvennoe mnenie. Otkrytie spirali molchaniya. M.: Progress-Akademiya, 1996. 160 s.
13. Habermas Yu. Vovlechenie drugogo. Ocherki politicheskoy teorii. SPb.: Nauka, 2001. 391 s.
14. Hilgartner S., Bosk Ch.L. Rost i upadok social'nykh problem: koncepciya publicnykh aren // Sredstva massovoj kommunikacii i social'nye problemy: Hrestomatiya. Kazan': Izd-vo Kaz. un-ta, 2000. S. 18–53.
15. Mukomel' V.I. Migracionnaya politika Rossii. Postsovetskie konteksty. M.: ISPI RAN, 2005. 351 s.
16. Lipman U. Vneshnij mir i ego kartina v nashem soznanii // Ehlektronnyj resurs. <http://www.socjournal.ru/article/553> (data obrashcheniya maj 2011).
17. Laclau E., Mouffe C. Hegemony and socialist strategy: Towards a radical democratic politics. London: Verso, 1985. 340 p.
18. Social'noe neravenstvo etnicheskikh grupp / Otv. red. L.M. Drobizheva. M.: Nauka, 2002. 480 s.
19. Obshchestvennoe mnenie. 2005. M.: Nauka, 2005. 284 s.