

Социально-экономические аспекты информационного общества

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ПОТОКИ О МИГРАНТАХ И ДЛЯ МИГРАНТОВ В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА РОССИИ

Статья рекомендована к публикации членом редакционного совета А.А. Стрельцовым 03.10.2020 г.

Бродовская Елена Викторовна

Доктор политических наук, доцент

Финансовый университет при Правительстве РФ, Департамент политологии и массовых коммуникаций, профессор

Московский педагогический государственный университет, заведующая кафедрой социально-политических исследований и технологий

Москва, Российская Федерация

brodovskaya@inbox.ru

Домбровская Анна Юрьевна

Доктор политических наук

Финансовый университет при Правительстве РФ, Департамент политологии и массовых коммуникаций, профессор

Московский педагогический государственный университет, доцент кафедры социально-политических исследований и технологий

Москва, Российская Федерация

an-doc@yandex.ru

Пырма Роман Васильевич

Кандидат политических наук

Финансовый университет при Правительстве РФ, Департамент политологии и массовых коммуникаций, доцент

Москва, Российская Федерация

pyrma@mail.ru

Азаров Артур Александрович

Кандидат технических наук

Финансовый университет при Правительстве РФ, Департамент политологии и массовых коммуникаций, доцент

Университет ИТМО, старший научный сотрудник

Санкт-Петербург, Российская Федерация

artur-azarov@yandex.ru

Аннотация

Исследовательским вопросом прикладного анализа стало выявление соотношения между формальным и неформальным, коммерческим и добровольческим, принимающим и антагонистическим содержанием в онлайн-сетевых сообществах Рунета, связанных с проблемами миграции. Решение данного вопроса связано с использованием метода анализа графов социально-медийных групп блогостинга «ВКонтакте», обсуждающих проблемы миграции (с применением авторского ПО «Социальный граф»). Проанализированные характеристики и структура взаимодействия участников релевантных сообществ свидетельствуют о слабой плотности связей онлайн-групп, ориентированных на обсуждение добровольческой помощи мигрантам, и, напротив, довольно сильна взаимосвязь участников цифровых сообществ, распространяющих антимиграционную риторику, дискурсы рискогенности миграционных потоков в РФ. Статья также представляет эмпирические свидетельства того, что в Рунете доминирует неформальный и преимущественно коммерческий характер коммуникации в отношении мигрантов, что позволяет компенсировать дефицит формальных практик, направленных на адаптацию мигрантов.

© Бродовская Е.В., Домбровская А.Ю., Пырма Р.В., Азаров А.А., 2020. Производство и хостинг журнала «Информационное общество» осуществляется Институтом развития информационного общества.

Данная статья распространяется на условиях международной лицензии Creative Commons «Атрибуция — Некоммерческое использование — На тех же условиях» Всемирная 4.0 (Creative Commons Attribution – NonCommercial - ShareAlike 4.0 International; CC BY-NC-SA 4.0). См. <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/legalcode.ru>

Ключевые слова

миграция, цифровые коммуникации, социальные медиа, социальные графы, онлайн-сообщества, плотность связей социально-медийных групп, миграционная политика

Введение

Россия относится к числу стран с низкими значениями индекса миграционного давления, исчисляемого посредством определения соотношения внешних вынужденных и трудовых мигрантов и коренного населения. Это обусловлено, во-первых, тем, что миграция в России, в отличие от стран ЕС, является преимущественно трудовой, во-вторых, имеет значение размер российского принимающего сообщества, в-третьих, сказывается опыт регулирования миграционных потоков, накопленный постсоветской Россией. Исходя из этого, внешняя миграция может рассматриваться и как один из драйверов экономического развития, и как потенциальный источник возникновения социальной напряжённости, конфликтов между мигрантами и представителями принимающего сообщества. Одним из факторов, способных повлиять на модальность эффектов внешней трудовой миграции в настоящее время является интенсивный процесс цифровизации. Подтверждением этого выступает превалирование репрезентации информационных потоков о миграции, прежде всего, в социально-медийной среде.

Базовый исследовательский вопрос настоящего проекта заключается в определении формального и неформального, коммерческого и добровольческого, принимающего и антагонистического сегментов и дискурсов Рунета, адресованных внешним трудовым мигрантам. Основная гипотеза исследования опирается на предположение, согласно которому, неформальный и преимущественно коммерческий характер коммуникации в отношении внешних трудовых мигрантов в Рунете доминирует в силу того, что таким образом происходит компенсация дефицита формальных практик, направленных на адаптацию мигрантов.

1 Обзор исследовательских проектов по теме исследования

Согласно заключениям Всемирного экономического форума, информационно-коммуникационные технологии кардинально изменили миграционные потоки и увеличили возможности для массовых прибытий в пункт назначения в сжатые сроки [30].

Исследователи М. Латонеро и П. Кифт констатируют, что передвижению мигрантов способствуют цифровые платформы, на основе которых сформировалась инфраструктура «цифровых переходов» – социально-технических пространств миграционных потоков, в которых беженцы, контрабандисты, правительства и корпорации взаимодействуют друг с другом. Цифровую инфраструктуру маршрутов движения мигрантов составляют социальные сети, мобильные приложения, онлайн-карты, мгновенные сообщения, веб-сайты денежных переводов, точки доступа Wi-Fi и др. Мигранты в процессе использования цифровых коммуникаций генерируют специфические информационные потоки [27], [30].

В свою очередь, Р. Деккер и Г. Энгберсен утверждают, что социальные сети являются не только новыми коммуникационными каналами в миграционных сетях, но и активно трансформируют их характер и тем самым способствуют миграции. Во-первых, они расширяют возможности поддержания прочных связей с семьей и друзьями. Во-вторых, они касаются слабых связей, которые имеют отношение к организации процесса миграции и интеграции. В-третьих, они создают новую инфраструктуру, состоящую из скрытых связей. В-четвертых, они предлагают дискретный источник инсайдерских знаний о миграции [13], [14]. Неформальная информация позволяет мигрантам лучше ориентироваться в пространстве и устанавливать общественные связи.

Взаимосвязь между использованием социальных сетей и процессами интеграции беженцев анализирует А. Аленкар. Результаты показывают, что сайты социальных сетей особенно важны для приобретения мигрантами языковых и культурных компетенций, образования, занятости, гражданства, в целом для создания связующего социального капитала [6]. С. Виттенборн рассматривает цифровые коммуникации как возможность расширения социальных миров для вынужденных переселенцев, а также подчеркивает потенциал технологий для социального контроля между группами мигрантов [45].

Для определения международных миграционных потоков и ресурсов со стратификацией пользователей по возрасту, полу, уровням квалификации, сектору занятости и другим индикаторам

Э. Загени, И. Вебер и их соавторы используют анализ географической активности маркированных пользователей в социальных сетях, таких как Twitter и LinkedIn [46]. Данные социальных сетей также могут быть получены с помощью маркетинговых платформ. Данные с рекламной платформы Facebook могут дать информацию о ряде демографических характеристик пользователей, таких как их возраст, пол, их «родная страна» и страна текущего проживания, их образование, сектор занятости и личная жизнь, интересы. Социальные медиа можно использовать как «перепись в реальном времени» для оценки количества пользователей, классифицированных платформой социальных сетей как «экспаты» на национальном или глобальном уровнях [47]. Исследователи предлагают использовать методику мониторинга социальных медиа для «прогнозирования поворотных моментов в миграционных тенденциях».

Наконец, К. Леурс и К. Смец отмечают: «Человек и опыт цифровой миграции отчетливо расположены в перекрестных сетках властных отношений, сформированных политикой, историей, культура, а также особенностей национальности, этнической принадлежности, расы, класса, религии, возраста, пола, сексуальности, языка, трудоспособности и ряда других факторов» [29].

2 Результаты исследования

Теоретические подходы, на которых основано исследование:

- концепция ассимиляции мигрантов Чикагской школы (Р. Парк, У. Томас, Ф. Знанецкий и др.) [33], [34]; [42], типологизация ассимиляции (М. Гордон) [18]; детерминизм этнической идентичности (Н. Глейзер, Д. Мойнихан) [16]; теория сегментной ассимиляции (А. Портес, М. Чжоу) [37];
- концепция взаимного приспособления мигрантов и принимающего сообщества (Р. Редфилд, Р. Линтон, М. Херскович) [38]; социально-психологическое наполнение аккультурации (Р. Теске, Б. Нельсон) [41]; двумерная модель аккультурации (Дж. Берри) [7; 8; 9; 10; 11]; идея бикультурализма (Д. Финни) [35]; многомерная модель аккультурации (А. Падилья, С. Киф) [32, 22]; концепция гибкой аккультурации (Я. Питерс) [36];
- концепция включения мигрантов (Р. Альба, В. Ни) [4; 5];
- теория кросскультурной адаптации (Й. Ким) [23; 24; 25; 26];
- теория транснационализма (Н. Фонер) [15].

Методологическую основу исследования служат следующие концепции и подходы:

- новый институционализм (Д. Норт, С.Г. Кирдина и др.) [31; 2];
- конфликтологический подход (Л. Козер, Р. Дарендорф, К. Боулдинг и др.) [3; 1; 12];
- сетевой подход (Х. Уайт, М. Грановеттер и др.) [43; 19; 20; 21].

Базовым методом исследования служил анализ структуры взаимосвязей внутри отобранных онлайн сетевых сообществ с применением авторского программного обеспечения «Социальный граф». Данное ПО позволяет выявить и интерпретировать плотность связей социально-медийных групп, а также особенности пользовательской активности аудиторий этих сообществ. С помощью фильтра для поискового запроса онлайн сетевых групп в социальной сети «ВКонтакте» по ключевым словам «миграция, миграционные потоки», были выявлены следующие наиболее влиятельные сообщества (с числом участников от нескольких сот до нескольких десятков тысяч человек): ФМС России по г. Москве Новослободская 45Б; Переселенцы беженцы в Калуге, миграция, мигранты; Помощь мигрантам (Патент, РВП, ВНЖ); Дети Петербурга | Помощь детям мигрантов; ФМС – ПОМОЩЬ И СОВЕТЫ МИГРАНТАМ; ПОМОЩЬ МИГРАНТАМ; Миграционная служба – «Мигрант»; migrants.ru - Юридическая помощь мигрантам; ФМС, УФМС, ГУВМ МВД РФ – Миграционный Практикум; MigService24 | Работа, услуги для мигрантов; Многофункциональный миграционный центр Москвы; ПРАВА МИГРАНТА; Гражданство РФ / РВП / ВНЖ / Беженцы / Мигранты; «Согдиана» | Центр Поддержки Мигрантов в СПб; СТОП МИГРАНТ.

Параметрами анализа служили количество участников, степень связности сообществ, уровень открытости профилей представителей аудитории данных групп, взаимосвязь между закрытостью профиля и статусом подписчика (мигрант - не мигрант), существование устойчивых связей между участниками онлайн сетевого сообщества за пределами отобранных групп – исследовательских кейсов.

На рисунке 1 представлены данные сообществ по количеству участников.

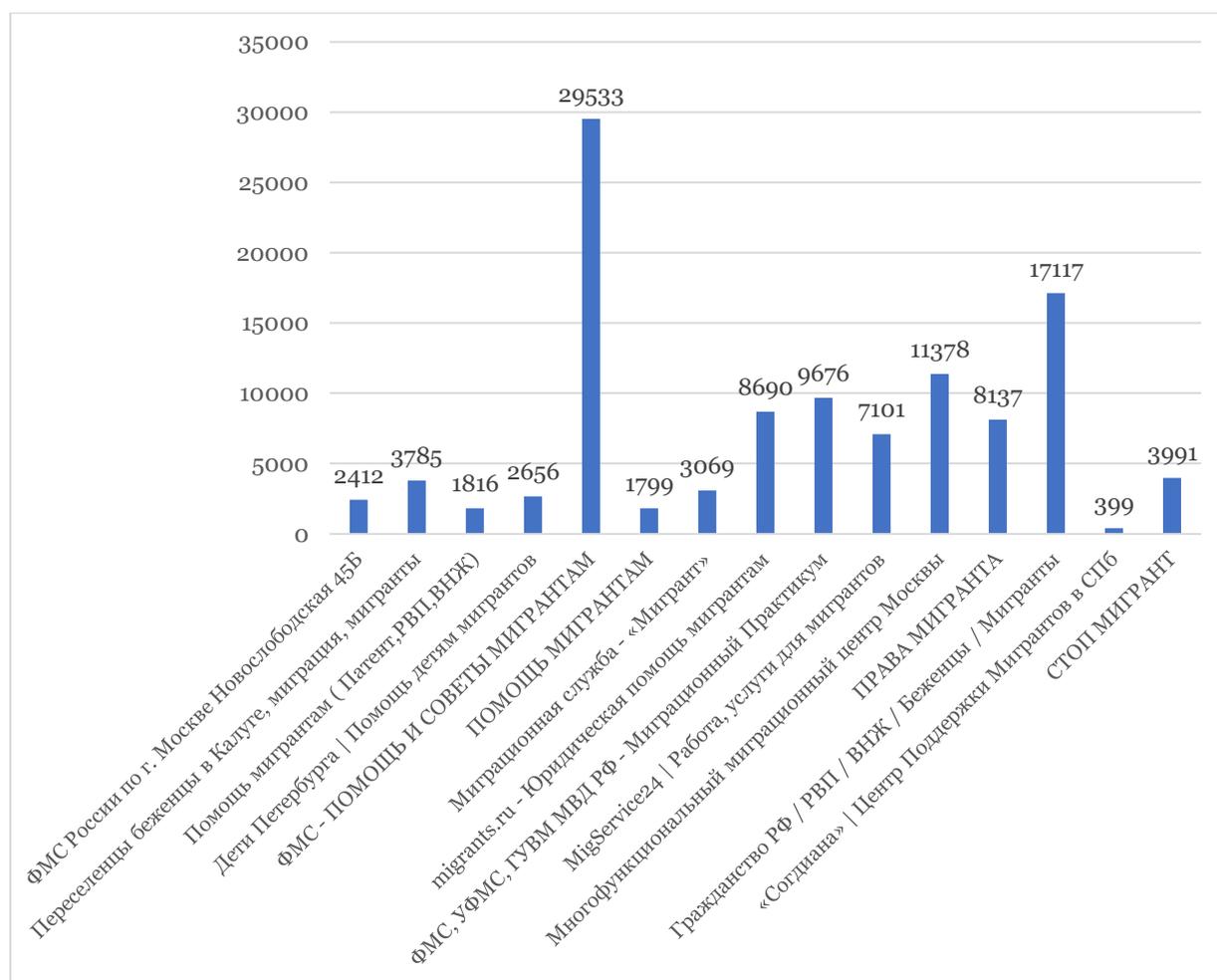


Рисунок 1. Соотношение социально-медийных групп по количеству участников

Необходимо отметить, что группы, имеющие статус официальных, то есть группы, созданные различными государственными организациями, значительно уступают по численности группам, представляющим частный бизнес по предоставлению различных услуг для мигрантов. Исходя из этого, отметим, что в России большую востребованность имеют частные услуги по сопровождению процесса оформления миграционных документов, что может объясняться отчасти наличием больших сложностей в непосредственном взаимодействии с государственными органами и желанием мигрантов получить помощь посредников, способных освободить от трудностей подачи документов на регистрацию или получение российского гражданства.

Для дальнейшего, более детального анализа сообществ, были отобраны группы, число участников в которых больше, чем среднее арифметическое число участников сообществ – кейсов прикладного анализа. Таким образом, рассматриваются следующие сообщества: ФМС - ПОМОЩЬ И СОВЕТЫ МИГРАНТАМ ПОМОЩЬ МИГРАНТАМ; Миграционная служба - «Мигрант»; migrants.ru - Юридическая помощь мигрантам; ФМС, УФМС, ГУВМ МВД РФ - Миграционный Практикум; MigService24 | Работа, услуги для мигрантов; Многофункциональный миграционный центр Москвы; ПРАВА МИГРАНТА; Гражданство РФ / РВП / ВНЖ / Беженцы / Мигранты.

Во всех сообществах были выявлены пользователи, имеющие открытые страницы, т.е. пользователи, не скрывающие информацию о себе от третьих лиц, что позволило рассчитать показатель открытости группы. Данный показатель может отражать общее состояние пользователей группы, которые по каким-то причинам не хотят, чтобы их профили могли быть проанализированы. Чем ниже процент открытости группы, тем большее число пользователей имеют закрытые профили. Рассматриваемые сообщества имеют, в большинстве своем, средние показатели открытости, что может объясняться позицией скрытности мигрантов – участников анализируемых групп.

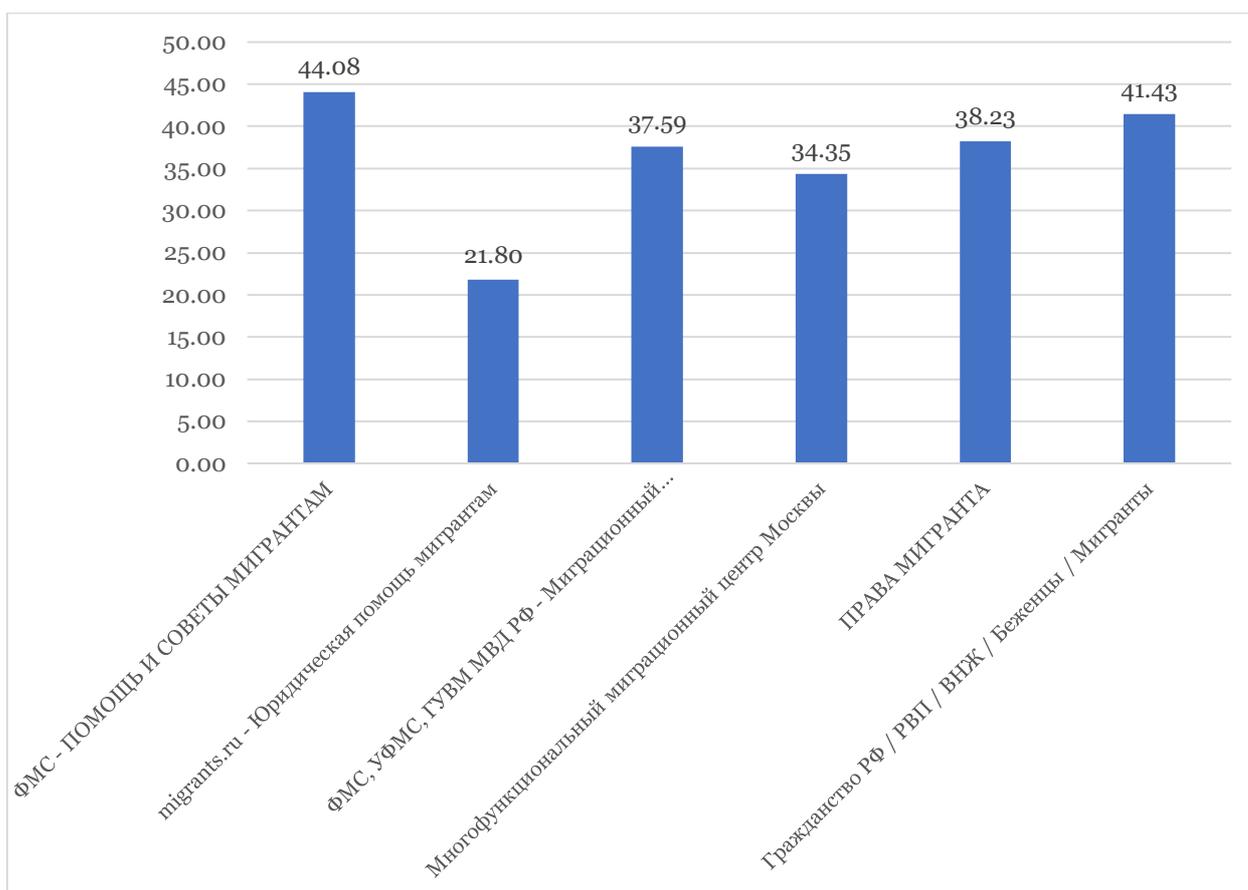


Рисунок 2. Показатели открытости сообществ – кейсов прикладного анализа

Данные распределения значений параметров, отражающих количество дружеских связей между пользователями сообществ, представлены на рисунке 3. Совокупность данных параметров позволяет сделать вывод об интенсивности общения пользователей сообщества между собой вне сообщества, использовании данного сообщества его участниками только для получения какой-то информации, а также о наличии лидеров общественного мнения в каждом из сообществ. Так, первым рассматриваемым параметром из данной группы параметров, является параметр количества пользователей, у которых отсутствуют какие-либо дружеские связи с другими пользователями данного сообщества. Для удобства восприятия информации все параметры данной группы также будут носить относительный характер (рассчитано процентное соотношение).

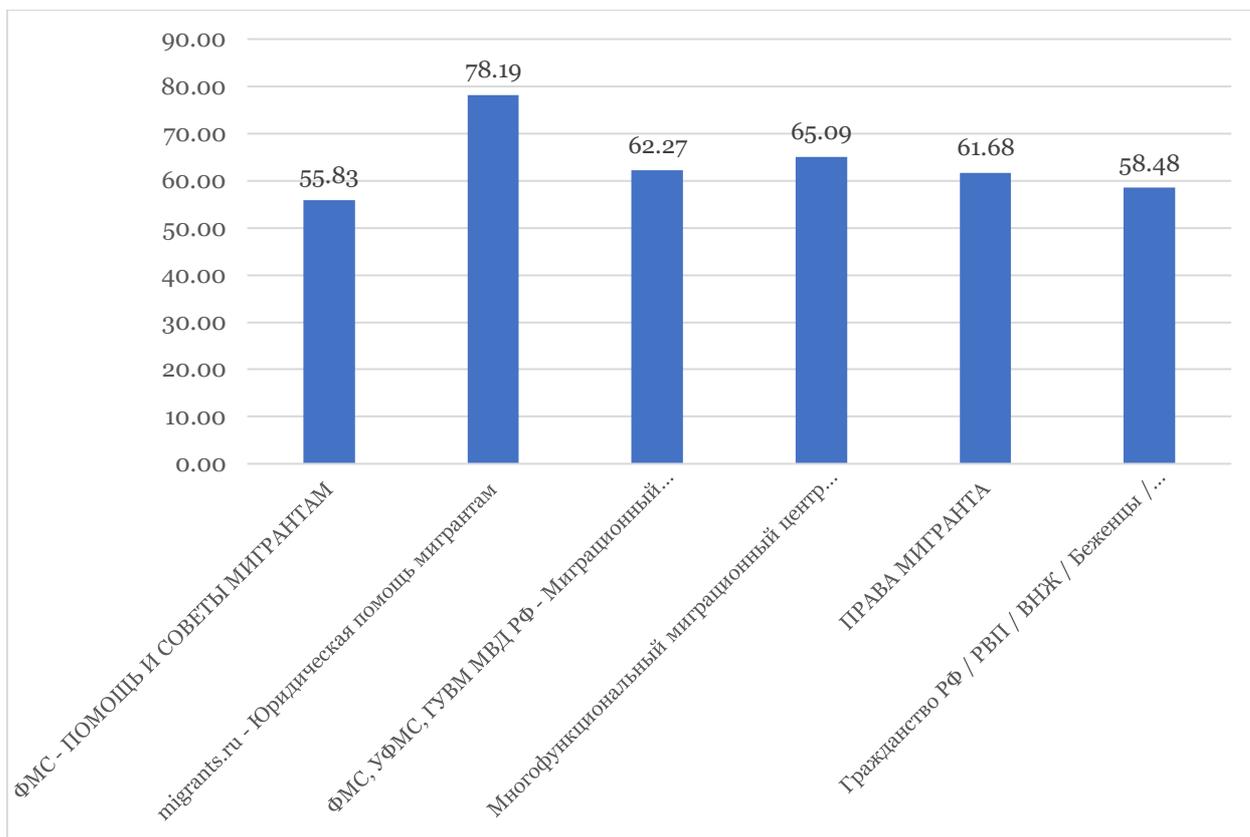


Рисунок 3. Долевое соотношение количества пользователей, у которых отсутствуют какие-либо дружеские связи с другими пользователями данного сообщества, в %

Следующий рассматриваемый параметр – количество пользователей, имеющих строго меньше 3 друзей среди пользователей-участников рассматриваемого сообщества (см. рисунок 4).

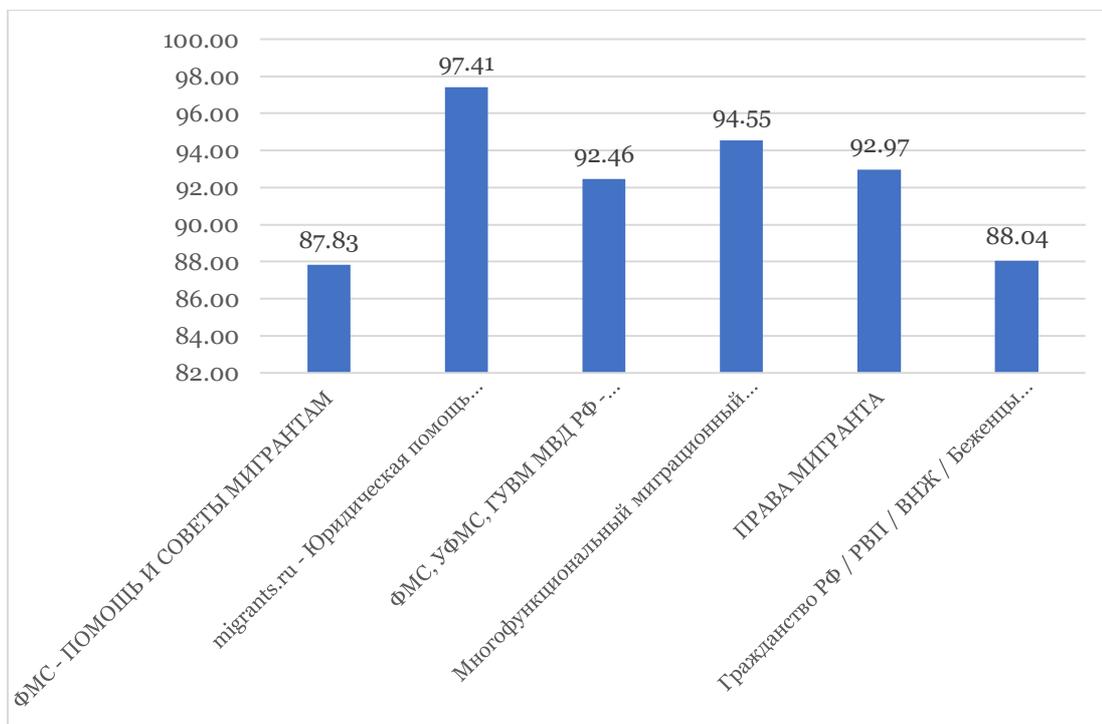


Рисунок 4. Процентное соотношение количества пользователей, у которых менее 3 дружественных связей внутри сообщества, в %

Как видно из двух представленных графиков, все рассматриваемые сообщества крайне слабо связаны. То есть у пользователей нет других взаимных интересов, кроме получения, вероятнее всего, оперативной, необходимой информации от данного сообщества. Под такой информацией понимается: часы работы учреждений, контактные данные, перечень необходимых документов для получения различных видов регистрации и другая справочная информация.

Следующим параметром, также принадлежащим к упомянутой ранее группе параметров, служит параметр, отражающий количество пользователей, имеющих строго больше 10 друзей из числа пользователей, являющихся подписчиками рассматриваемых сообществ.

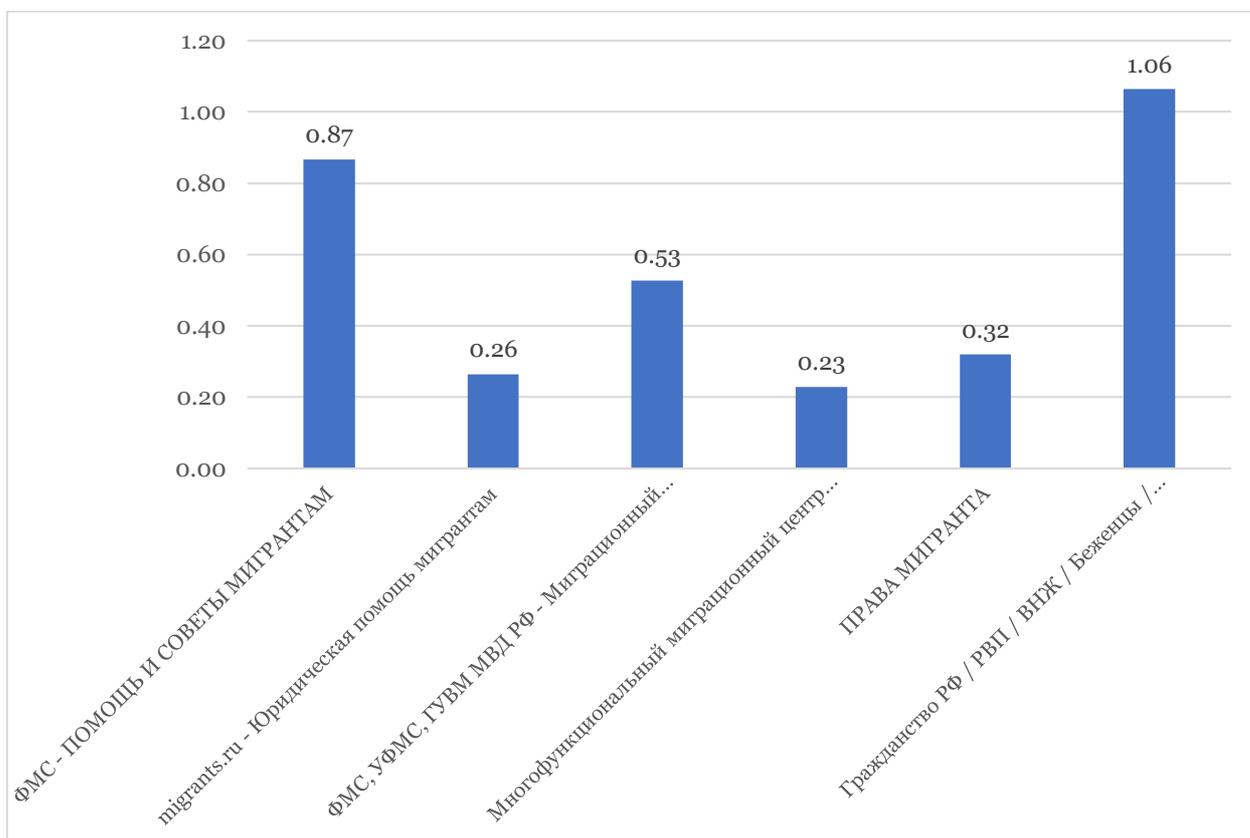


Рисунок 5. Процентное соотношение количества пользователей, имеющих больше 10 друзей внутри сообщества, в %

Следующий параметр отражает количество пользователей с максимальным количеством друзей из числа пользователей-участников рассматриваемых сообществ. Для данного графика следует сделать уточнение по выбросу в сообществе «ФМС – ПОМОЩЬ И СОВЕТЫ МИГРАНТАМ ПОМОЩЬ МИГРАНТАМ». В данном случае речь идет о пользователе, на чьем аккаунте также предлагается юридическая помощь для мигрантов и содержится различная справочная информация. Поэтому этот аккаунт не может быть маркирован как аккаунт, используемый пользователями для осуществления общения за рамками сообщества.

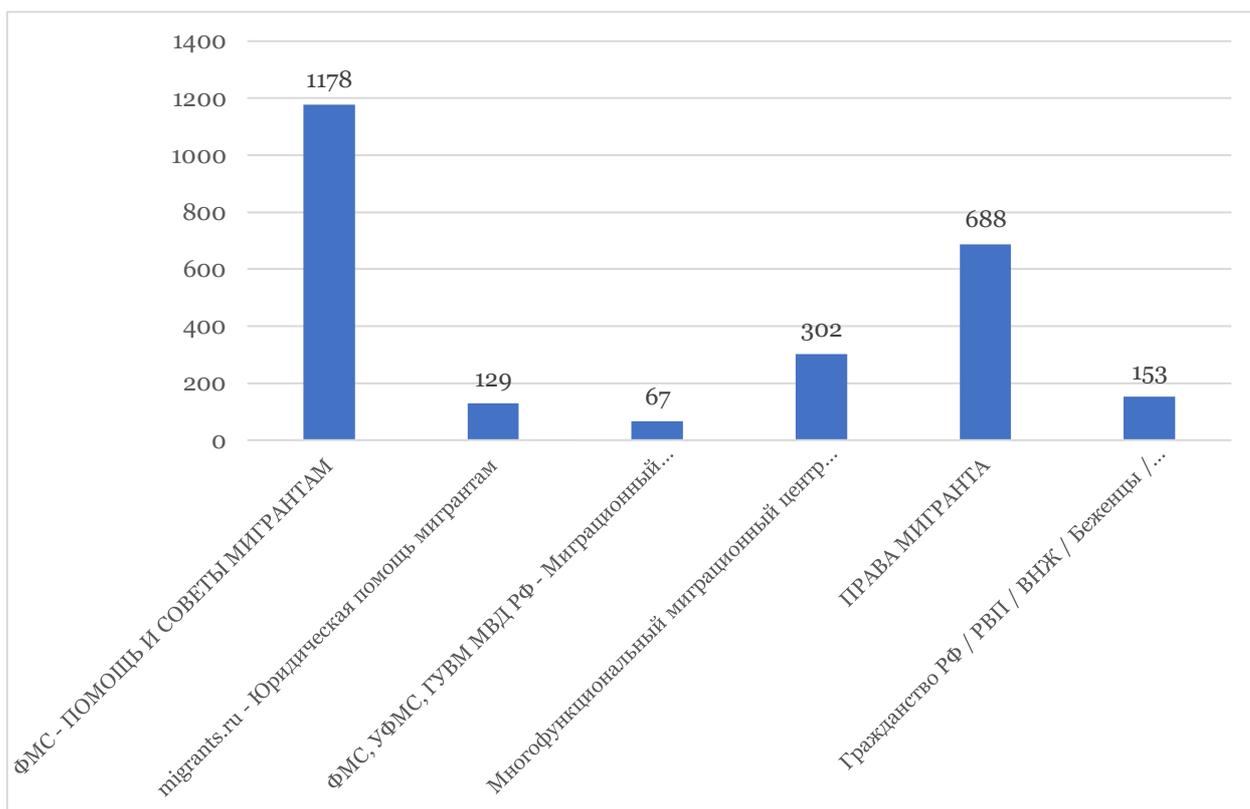


Рисунок 6. Соотношение наибольшего количества друзей у пользователя сообщества среди других пользователей сообщества

По данным двум параметрам может быть сделан вывод об отсутствии лидеров общественного мнения в рассматриваемых сообществах. Кроме того, для каждого сообщества были построены графы, отражающие связи между пользователями, а также их «вес» в рассматриваемом сообществе. Под «весом» понимается количество информации, публикуемой пользователями в сообществе: новости, комментарии, лайки и т.д. Так, данные графы также демонстрируют отсутствие лидеров общественного мнения в соответствии с распределением «весов» по всем пользователям сообществ.

В качестве иллюстративного примера, отражающего граф связей пользователей слабосвязанного сообщества, может быть использован граф сообщества «migrants.ru - Юридическая помощь мигрантам». Данное сообщество является сообществом со средними показателями по всем рассмотренным ранее характеристикам. Другие сообщества имеют схожие графы с незначительными отличиями.

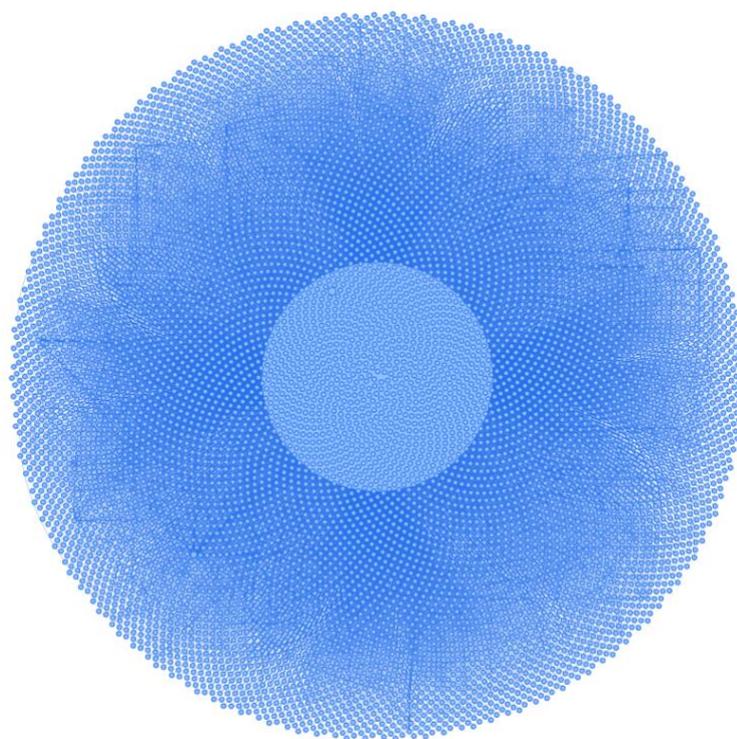


Рисунок 7. Социальный граф сообщества «migrants.ru - Юридическая помощь мигрантам»

Представленный на рисунке 7 граф отражает связи всех пользователей с ядром — самим сообществом. Размер каждого отдельного элемента графа отражает активность пользователей. Ядром данного графа, разительно отличающимся размерами от остальных элементов графа, является сообщество, от имени которого происходит публикация новостей в группе. Также необходимо отметить, что пользователи имеют фактически нулевые показатели активности в данной социально-медийной группе.

Переходя к анализу графа сообщества «ФМС - ПОМОЩЬ И СОВЕТЫ МИГРАНТАМ» (см. рис. 8), отметим, что данная группа характерна тем, что в ней открыта стена, и пользователи, желающие задать вопрос, делают это непосредственно в сообществе. Никакой другой информации в группе не публикуется, именно поэтому граф представляет собой набор слабосвязанных вершин (обозначающих участников онлайн-сетевой беседы). Пользователи данного сообщества также, как и в предыдущем кейсе, абсолютно пассивны.

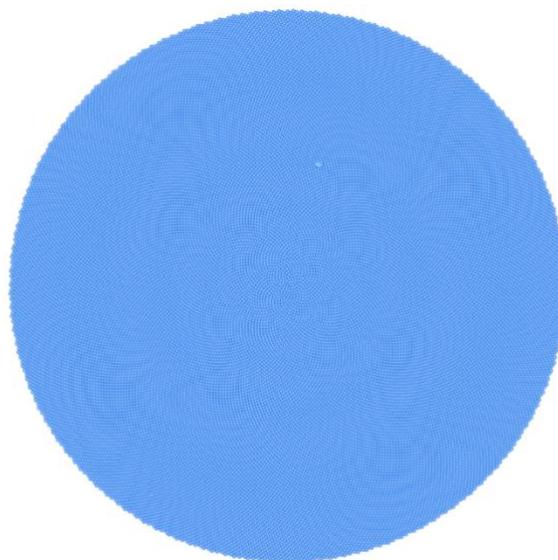


Рисунок 8. Социальный граф сообщества «ФМС – ПОМОЩЬ И СОВЕТЫ МИГРАНТАМ»

Граф сообщества «СТОП МИГРАНТ», отраженный на рисунке 9, представляет собой граф связности, аналогичный графу сообщества «migrants.ru – Юридическая помощь мигрантам». При этом, необходимо отметить, что данное сообщество фактически не порождает уникального контента. Весь размещенный контент является репостами с других сообществ. Также содержится незначительное количество контента, предложенного пользователем. В сообществе закрыты комментарии к новостям, незначительное количество лайков и репостов указывает на низкую активность пользователей-участников данного сообщества. Вместе с тем, согласно визуализации графа, в структуре взаимодействий анализируемой группы функционируют микросообщества, обозначенные как окрашенные в светлое скопления, маркирующие подгруппы, интеракция которых имеют чуть более высокие показатели связности, плотности и активности. Это микросообщества в составе социально-медийной группы, которые генерируют и поддерживают обсуждение тем, связанных с рисками миграции, проблемами, обусловленными наплывом мигрантов и необходимостью ужесточения государственной миграционной политики.

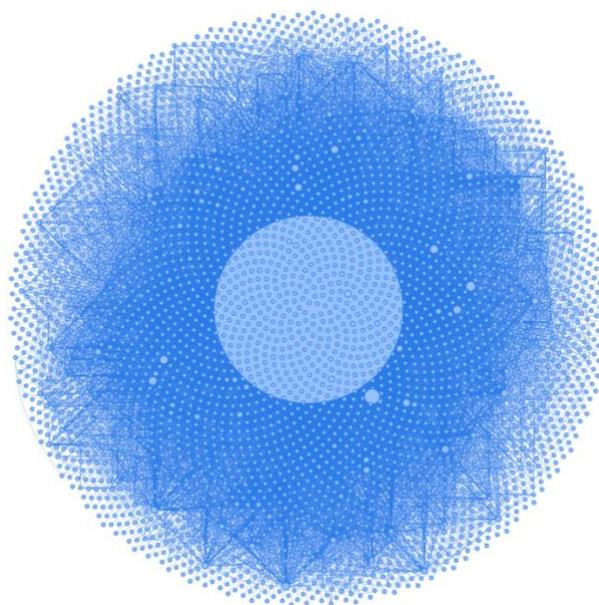


Рисунок 9. Социальный граф сообщества «СТОП МИГРАНТ»

Характеристики графа сообщества «migrants.ru – Юридическая помощь мигрантам» – рисунок 10 – похожи на те, что были рассмотрены ранее. Вместе с тем контент на стене в данном сообществе, в основном, порождается пользователями. Более того, данный контент имеет фактически исключительно рекламный характер. В группе включены комментарии, но они не пользуются особой популярностью. Основная работа группы ведется в обсуждениях. Там пользователи задают вопросы и, чаще всего, получают ответы. Очевидно, что данная группа пользуется популярностью у пользователей, но возврат пользователей после разрешения их вопросов незначителен.

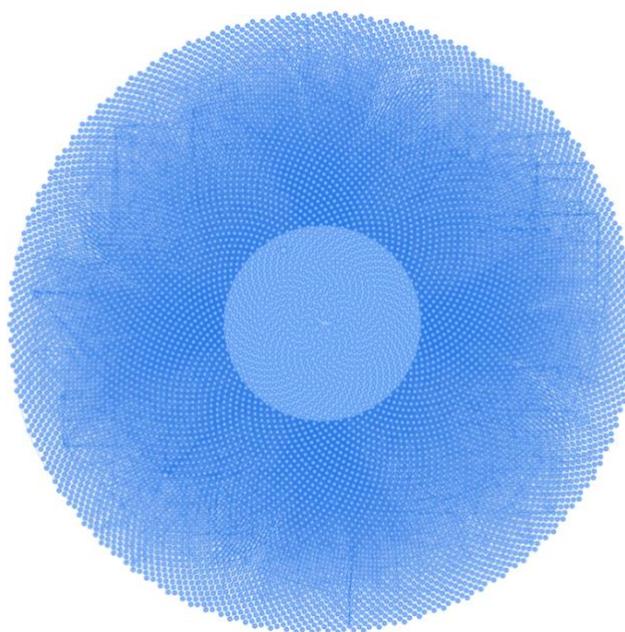


Рисунок 10. Социальный граф сообщества «migrants.ru - Юридическая помощь мигрантам»

Обобщая изложенные результаты исследования, перечислим основные выводы эмпирического анализа:

- наибольшую численность и влияние в социально-медийной среде имеют онлайн-сообщества, предоставляющие услуги мигрантам по сопровождению процесса оформления регистрации и получения российского гражданства. Наименьшая пользовательская аудитория характерна для групп, не имеющих коммерческого характера и нацеленных на обсуждение возможностей оказания волонтерской помощи мигрантам;
- пользовательская активность всех проанализированных цифровых сообществ довольно низка, преобладают действия, связанные с получением необходимых данных, вместе с тем, такие активности, как комментирование и распространение контента за пределы данной конкретной группы, носят фактически единичный характер;
- плотность связей большинства изученных групп – достаточно низкая, показатели взаимодействия участников сообществ близки к нулевым отметкам, их связи, по сути, носят односторонний характер (информирование) и не могут претендовать на статус коммуникаций, а довольно значительные показатели количества друзей подписчиков из числа участников данных сообществ не подтверждаются плотностью интеракций между ними, то есть носят характер опции формального добавления в друзья при отсутствии регулярных и интенсивных контактов;
- отобранные для анализа социально-медийные группы практически не имеют ярко выраженных лидеров и центров мнений, коммуникация внутри сообществ в значительной мере горизонтальная, паритетная, не регулируемая целенаправленно. Исключение – группы, сформированные по образу и подобию сообщества «СТОП МИГРАНТ», в них существуют так называемые «микролидеры», задающие повестку дня и конструирующие дискурс вокруг тем, связанных с критикой миграционной политики, опасностями для граждан России, предопределенными нарастающим потоком мигрантов.

Характеристики структуры взаимосвязей внутри проанализированных онлайн-сетевых сообществ свидетельствуют о том, что чаще всего цифровые коммуникации о миграции и мигрантах формируются с целью предложения платных услуг по сопровождению взаимодействия мигрантов с российскими миграционными службами, а также информирования представителей этой социальной группы о возможностях получения регистрационных документов и российского гражданства. Онлайн-сетевые коммуникации пользователей, ориентированных на обсуждение добровольческой помощи мигрантам, довольно разрозненные, и имеют слабую плотность связей. Вместе с тем, социально-медийные группы россиян, распространяющих антимиграционную риторику, характеризуются наличием лидеров и центров мнений, формирующих дискурсы

рискогенности миграционных потоков в РФ. Заголовки разделов второго уровня нумеруются вручную или автоматически, точка после второй цифры номера заголовка не ставится.

3 Дискуссия и перспективы исследования

Обсуждая результаты исследования, обратимся к научной дискуссии Р. Деккера, Г. Энгберсена и М. Фабера о роли интернет-коммуникаций в поддержке миграционных устремлений и принятия решений. Они полагают, что использование сетевых средств массовой информации для транснационального общения в миграционных сетях может служить новым источником социальных связей и информации для потенциальных мигрантов [14].

Е. Сиапера, М. Будурис, С. Ленис, Д. Суитер исследовали позиционирование мигрантов в «гибридной медиа-системе», образуемой СМИ и социальными медиа. При анализе хештегов в социальной сети Twitter, связанных с беженцами, в период «миграционной волны» 2015-2016 гг. они определили, что наиболее активными участниками были политики, СМИ и неправительственные организации (НПО). Твиты пользователей «вращаются» вокруг ключевых событий, которые широко освещают основные СМИ. В рассматриваемой социальной сети сформировалось два полярных потока историй, обозначаемых в виде хештегов. Первый политизированный поток сообщений с крайне правой позиции, в которой беженцы представлены в ролях террористов или насильников, следуя линии обеспечения мобилизации и безопасности. Второй гуманистический поток сообщений, создаваемый активистами НПО и некоторыми СМИ, апеллировал к необходимости защиты прав человека. В проблеме беженцев общественность объединяется вокруг известных действующих лиц и нарративов. Если было происходило нарушение доминирующих нарративов, то доминирующие теги и сообщества теряли интерес к происходящему. Структурная динамика информационных потоков выявляет формирование посреднической модели Twitter, так как главными источниками новостей, выполняя функцию информационных хабов, были ведущие СМИ стран. По мнению исследователей, «в целом споры о беженцах в социальной сети Twitter застряли между рамками безопасности и расизма, с одной стороны, и гуманитарными реакциями, с другой, подражая рамкам, встречающимся в основных СМИ» [39]. Данное заключение указывает на инструментализацию Twitter, где он используется стратегически для достижения определенных политических целей. В этих терминах аффективная публика может больше не являться подлинным выражением мягких структур чувств, но она может быть отнесена к категории массовой аудитории.

Д.С. Ли и А. Нергес исследуют практику «навешивания ярлыков», широко используемую СМИ, политиками и онлайн-средой в целом по отношению к мигрантам. Использование маркеров в социальных сетях, возникающие паттерны, которые выражают недовольство, напряжение или симпатию, показывали, что проблемы миграции формулируются не только с помощью ярлыков, характеризующих кризис, но и обозначаются в сообщениях самих людей. Исследователи, моделируя темы, определяют направление общественных настроений и характер дискуссий, а также механизм онлайн-обмена мнениями [28].

К. Гомес рассматривает глобальные переходные потоки мигрантов в аспекте повседневной зависимости от цифровых медиа и обосновывает концепцию разрозненного разнообразия – феномена, который возникает, когда люди полагаются на иерархию идентичностей, выработанную во время мимолетных отношений, чтобы устанавливать связи и дистанцироваться от других [17].

К. Смец утверждает, что для изучения цифровой миграции крайне важно не ориентироваться на цифровые медиа, чтобы избежать повторения сенсационных исключений, связанных с технологической фетишизацией [40]. По мнению С. Виттеборн, несмотря на то, что исследования в области цифровой миграции расширяются, недостаточно внимания уделяется конкретному контексту вынужденной миграции [44]. В этой связи исследование содержательной части онлайн-сетевых коммуникаций мигрантов представляется исключительно важной перспективой настоящего исследования.

В качестве других дальнейших перспектив анализа можно выделить как минимум две масштабные задачи. Первая посвящена расширению исследовательских кейсов, в том числе, за счет включения в число эмпирических объектов релевантных предмету анализа онлайн-сетевых сообществ блогостингов «Twitter», «Facebook», LinkedIn, «Instagram», сравнительному анализу их характеристик. Вторая задача – построение тематической и технологической инфраструктуры цифрового сопровождения адаптации мигрантов, на основе которой можно разработать государственную программу поддержки мигрантов в социальных сетях.

Литература

1. Дарендорф Р. Современный социальный конфликт. Очерк политики свободы / Пер. с нем. М.: «РОССПЭН», 2002. 288 с.
2. Кирдина С.Г. Методологический индивидуализм и методологический институционализм // Вопросы экономики. 2013. № 10. С. 66–89.
3. Козер Л. Функции социального конфликта. Перевод с англ. О.А. Назаровой. М.: Идея-Пресс, Дом интеллектуальной книги, 2000. 208 с.
4. Alba R., Nee V. Remaking the American mainstream: Assimilation and contemporary immigration. Cambridge (Mass): Harvard University Press, 2003.
5. Alba R., Nee V. Rethinking assimilation theory for a new era of immigration // International Migration Review, 1997, vol. 31 (4), pp. 826–874. DOI: 10.2307/2547416.
6. Alencar A. Refugee integration and social media: A local and experiential perspective // Information, Communication & Society. Advance online publication. 2017. 21:11. P. 1588-1603. DOI: 10.1080/1369118X.2017.1340500
7. Berry J. A psychology of immigration // Journal of Social Issues. 2001. № 57. P. 615–631.
8. Berry J. Acculturation as varieties of adaptation. Ed. by A. Padilla. Boulder, Westview, 1980. P. 9–025.
9. Berry J. Immigration, acculturation, and adaptation // Applied Psychology: An International Review. 1997. № 46 (1). P. 5–34.
10. Berry J. Imposed etics, emics, derived etics: The operationalization of a compelling idea // International Journal of Psychology. 1989. № 24. P. 721–735.
11. Berry J., Sam D. Acculturation and Adaptation. Handbook of Cross-Cultural Psychology. MA, Allyn and Bacon, 1997. Vol. 3. P. 291–326.
12. Boulding K. Conflict and defense: a general theory. New York: Harper & Brothers, 1962. 349 p.
13. Dekker R., Engbersen G. How social media transform migrant networks and facilitate migration // Global Networks. 2014. № 14. P. 401–418.
14. Dekker R., Engbersen G., Faber M. The use of online media in migration networks // Population, Space and Place. 2016. № 22. P. 539–551.
15. Foner N. Beyond the Melting Pot Three Decades Later: Recent Immigrants and New York's NewEthnic Mixture // The International Migration Review. 2000. Vol. 34. № 1. P. 255–262.
16. Glazer N., Moynihan D. Beyond the Melting Pot. New York, Cambr.: (Mass.), 1963. 363 p.
17. Gomes C. Siloed diversity: Transnational migration, digital media and social networks Siloed Diversity: Transnational Migration // Digital Media and Social Networks. 2018. P. 1–111. DOI: 10.1007/978-981-13-0332-6.
18. Gordon M. The Nature of Assimilation. Assimilation in American Life. New York: Oxford University Press, 1964. Ch. 3. P. 60–83.
19. Granovetter M. Business groups and social organizations. In: Smelser N., Swedberg R. (eds.). The Handbook of Economic Sociology. 2nd ed. Princeton University Press: Princeton, 2005. P. 429–450.
20. Granovetter M. Getting a Job: A Study of Contacts and Careers. Harvard University Press: Cambridge, 1974. 259 p.
21. Granovetter M. The strength of weak ties // American Journal of Sociology. 1973. № 78 (6). P. 1360–1380.
22. Keefe S., Padilla A. Chicano ethnicity. Albuquerque: University of New Mexico Press. 1987. – 238 p.
23. Kim Y. Y. Adapting to a new culture: An integrative communication theory. Theorizing about intercultural communication. Ed. by W. Gudykunst. Thousand Oaks, Sage. 2005. – P. 375–400.
24. Kim Y. Y. Becoming intercultural: An integrative theory of communication and cross-cultural adaptation. Thousand Oaks, Sage, 2001. 342 p.
25. Kim Y. Y. Communication and cross-cultural adaptation: An integrative theory. Clevedon, Multilingual Matters, 1988. 232 p.
26. Kim Y. Y. Intercultural personhood: Globalisation and way of being // International Journal of Intercultural Relations. 2008. Vol. 32. P. 359–368.

27. Latonero M., Kift, P. On Digital Passages and Borders: Refugees and the New Infrastructure for Movement and Control // *Social Media + Society*. 2018. Vol. 4. № 1. DOI: <https://doi.org/10.1177/2056305118764432>.
28. Lee J.-S., Nerghes A. Refugee or Migrant Crisis? Labels, Perceived Agency, and Sentiment Polarity in Online Discussions // *Social Media + Society*. 2018. DOI: <https://doi.org/10.1177/2056305118785638>.
29. Leurs K., Smets K. Five Questions for Digital Migration Studies: Learning From Digital Connectivity and Forced Migration In(to) Europe // *Social Media + Society*. 2018. P.10. DOI: <https://doi.org/10.1177/2056305118764425>.
30. Migration and Its Impact on Cities. // World Economic Forum In collaboration with PwC. 2017. P. 33. URL: www3.weforum.org/docs/Migration_Impact_Cities_report_2017_low.pdf
31. North D.C. *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*. Cambridge: Cambridge University Press, 1990.
32. Padilla A. M. *Acculturation and stress among immigrants and later generation individuals. The quality of urban life: Social, psychological, and physical conditions*. Berlin: Walter de Gruyter, 1987. P. 101-120.
33. Padilla A. M., Perez W. Acculturation, social identity and social cognition: A new perspective // *Hispanic Journal of Behavioural Sciences*. 2003. Vol. 25. P. 35-55.
34. Park P. *Race and Culture*. Glencoe: Free Press, 1950. 456 p.
35. Phinney J.S. Ethnic Identity in adolescence and adults: a review of research // *Psychological Bulletin*. 1990. Vol. 108. P. 499-514.
36. Pieterse J. N. Global Multiculture, Flexible Acculturation // *Globalizations*. 2007. Vol. 4. № 1. P. 65-79.
37. Portes A., Zhou M. The new second generation: Segmented assimilation and its variants among post-1965 immigrant youth // *Annals of American Academy of Political and Social Science*. 1993. Vol. 530, pp. 74-98.
38. Redfield R., Linton R., Herskovits M.J. Memorandum for the Study of Acculturation // *American Anthropologist*. 1936, Vol. 38. № 1, P. 149-152.
39. Siapera E., Boudouridis Lenis, S., Suiter J. Refugees and network publics on Twitter: Networked framing, affect and capture // *Social Media + Society*. 2018. P.18. URL: <https://doi.org/10.1177/2056305118764437>
40. Smets K. The way Syrian refugees in Turkey use media: Understanding “connected refugees” through a non-media-centric and local approach // *Communications: the European Journal of Communication Research*. 2018. № 43. P. 113-123. DOI: 10.1515/commun-2017-0041.
41. Teske R. H., Nelson B. H. Acculturation and assimilation: A clarification // *American Ethnologist*. 1974. Vol. 17. P. 218-235.
42. Thomas W. I., Znaniecki F. *The Polish Peasant in Europe and America*. Urbana, Chicago : University of Illinois Press, 1996. Vol. 2. 127 p.
43. White H. C. 1981. Where do markets come from? // *American Journal of Sociology*. Vol. 87 (3). P. 517-547.
44. Witteborn S. The digital force in forced migration: Imagined affordances and gendered practices // *Popular Communication*. 2018. № 16. P. 21-31. DOI: <https://doi.org/10.1080/15405702.2017.1412442>.
45. Witteborn S. The digital gift and aspirational mobility // *International Journal of Cultural Studies*. 2019. DOI: <https://doi.org/10.1177/1367877919831020>.
46. Zagheni E., Garimella V.R.K., Weber I., State B. Inferring International and Internal Migration Patterns from Twitter Data // *WWW Companion*. 2014. P. 439-444.
47. Zagheni E., Weber I., Gummadi K. Leveraging Facebook's Advertising Platform to Monitor Stocks of Migrants // *Population and Development Review*. 2017. № 43. P. 721-734. DOI: 10.1111/padr.12102.

INFORMATIONAL STREAMS ON MIGRANTS AND FOR MIGRANTS IN RUSSIAN SOCIAL MEDIA

Elena V. Brodovskaya

Doctor of political sciences

Financial University under the Government of the Russian Federation, Department of Political Science and Mass Communications, professor

Moscow Pedagogical State University, Head of the Department of social and political studies and technologies

Moscow, Russia

brodovskaya@inbox.ru

Anna Yu. Dombrovskaya

Doctor of political sciences

Financial University under the Government of the Russian Federation, Department of Political Science and Mass Communications, professor

Moscow Pedagogical State University, Department of Social and Political Studies and technologies, associate professor

Moscow, Russia

an-doc@yandex.ru

Roman V. Pyrma

Candidate of political sciences

Associate Professor of the Department of Political Science and Mass Communications at the Financial University under the Government of the Russian Federation

Moscow, Russia

pyrma@mail.ru

Arthur A. Azarov

Candidate of technical sciences

Financial University under the Government of the Russian Federation, Department of Political Science and Mass Communications, associate professor

Saint-Petersburg, Russia

artur-azarov@yandex.ru

Abstract

The research question empiric analysis, the results of which are shown in the article was the identification of the relationship between formal and informal, commercial and volunteer, host and intolerance in the online communication network of the Runet on the problems of labor migration. The solution of this problem was concerning to the use of the method of analysis of graphs of social-media groups of bloghosting "VKontakte", discussing the problems of migration (using the author's software "Social graph"). The analyzed characteristics and structure of interaction of participants of relevant communities indicate a weak density of links between online groups focused on the discussion of voluntary assistance to migrants, and, on the contrary, the relationship between participants of digital communities, spreading anti-migration rhetoric, discourses of risk-taking migration flows in the Russian Federation is quite strong. The article also provides empirical evidence that the Runet is dominated by the informal and predominantly commercial nature of communication on external migrant workers, which compensates for the lack of formal practices aimed at the adaptation of migrants

Keywords

labor migration, digital communications on migration, social media, social graphs, structure of interrelations of online communities, density of connections of social media groups, migration policy

References

1. Alba R., Nee V. Remaking the American mainstream: Assimilation and contemporary immigration. Cambridge (Mass): Harvard University Press, 2003.

2. Alba R., Nee V. Rethinking assimilation theory for a new era of immigration // *International Migration Review*, 1997, vol. 31 (4), pp. 826–874. DOI: 10.2307/2547416.
3. Alencar A. Refugee integration and social media: A local and experiential perspective // *Information, Communication & Society*. Advance online publication. 2017. 21:11. P. 1588-1603. DOI: 10.1080/1369118X.2017.1340500
4. Berry J. A psychology of immigration // *Journal of Social Issues*. 2001. № 57. P. 615–631.
5. Berry J. Acculturation as varieties of adaptation. Ed. by A. Padilla. Boulder, Westview, 1980. – P. 9–25.
6. Berry J. Immigration, acculturation, and adaptation // *Applied Psychology: An International Review*. 1997. № 46 (1). P. 5–34.
7. Berry J. Imposed etics, emics, derived etics: The operationalization of a compelling idea // *International Journal of Psychology*. 1989. № 24. P. 721–735.
8. Berry J., Sam D. Acculturation and Adaptation. *Handbook of Cross-Cultural Psychology*. MA, Allyn and Bacon, 1997. Vol. 3. – P. 291–326.
9. Boulding K. Conflict and defense: a general theory. New York: Harper & Brothers, 1962. – 349 p
10. Darendorf R. Sovremennyj social'nyj konflikt. Ocherk politiki svobody. [Modern social conflict. essay freedom policy]. Moscow: "ROSSPEN", P. 2002. – 288. (In Russ.)
11. Dekker R., Engbersen G. How social media transform migrant networks and facilitate migration // *Global Networks*. 2014. № 14. P. 401–418.
12. Dekker R., Engbersen G., Faber M. The use of online media in migration networks // *Population, Space and Place*. 2016. № 22. P. 539–551.
13. Foner N. Beyond the Melting Pot Three Decades Later: Recent Immigrants and New York's New Ethnic Mixture // *The International Migration Review*. 2000. Vol. 34. № 1. P. 255–262.
14. Glazer N., Moynihan D. *Beyond the Melting Pot*. New York, Cambr.: (Mass.), 1963. – 363 p.
15. Gomes C. Siloed diversity: Transnational migration, digital media and social networks Siloed Diversity: Transnational Migration // *Digital Media and Social Networks*. 2018. P. 1-111. DOI: 10.1007/978-981-13-0332-6
16. Gordon M. The Nature of Assimilation. *Assimilation in American Life*. New York: Oxford University Press, 1964. Ch. 3. – P. 60–83.
17. Granovetter M. Business groups and social organizations. In: Smelser N., Swedberg R. (eds.). *The Handbook of Economic Sociology*. 2nd ed. Princeton University Press: Princeton, 2005. – 429–450.
18. Granovetter M. *Getting a Job: A Study of Contacts and Careers*. Harvard University Press: Cambridge, 1974. – 259 p.
19. Granovetter M. The strength of weak ties // *American Journal of Sociology*. 1973. № 78 (6). P. 1360–1380.
20. Keefe S., Padilla A. *Chicano ethnicity*. Albuquerque: University of New Mexico Press. 1987. – 238 p.
21. Kim Y. Y. Adapting to a new culture: An integrative communication theory. *Theorizing about intercultural communication*. Ed. by W. Gudykunst. Thousand Oaks, Sage, 2005. – P. 375–400.
22. Kim Y. Y. *Becoming intercultural: An integrative theory of communication and cross-cultural adaptation*. Thousand Oaks, Sage, 2001. – 342 p.
23. Kim Y. Y. *Communication and cross-cultural adaptation: An integrative theory*. Clevedon, Multilingual Matters, 1988. – 232 p.
24. Kim Y. Y. Intercultural personhood: Globalisation and way of being // *International Journal of Intercultural Relations*. 2008. Vol. 32. P. 359–368.
25. Kirdina S.G. Metodologicheskij individualizm i metodologicheskij institucionalizm [Methodological individualism and methodological institutionalism] // *Voprosy ekonomiki*. 2013. № 10. P. 66–89. (In Russ.)
26. Kozler L. Funkcii social'nogo konflikta [Functions of social conflict]. Moscow: Ideya-Press, Dom intellektual'noj knigi, 2000. – 208 p. (In Russ.)
27. Latonero M., Kift, P. On Digital Passages and Borders: Refugees and the New Infrastructure for Movement and Control // *Social Media + Society*. 2018. Vol. 4. № 1. DOI: <https://doi.org/10.1177/2056305118764432>
28. Lee J.-S., Nerghes A. Refugee or Migrant Crisis? Labels, Perceived Agency, and Sentiment Polarity in Online Discussions // *Social Media + Society*. 2018. DOI: <https://doi.org/10.1177/2056305118785638>

29. Leurs K., Smets K. Five Questions for Digital Migration Studies: Learning From Digital Connectivity and Forced Migration In(to) Europe // *Social Media + Society*. 2018. P.10. DOI: <https://doi.org/10.1177/2056305118764425>
30. Migration and Its Impact on Cities. // World Economic Forum In collaboration with PwC. 2017. P.33. URL: www3.weforum.org/docs/Migration_Impact_Cities_report_2017_low.pdf
31. North D.C. *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*. Cambridge: Cambridge University Press, 1990.
32. Padilla A. M. Acculturation and stress among immigrants and later generation individuals. The quality of urban life: Social, psychological, and physical conditions. Berlin: Walter de Gruyter, 1987. – P. 101–120.
33. Padilla A. M., Perez W. Acculturation, social identity and social cognition: A new perspective // *Hispanic Journal of Behavioural Sciences*. 2003. Vol. 25. P. 35–55.
34. Park P. *Race and Culture*. Glencoe: Free Press, 1950. – 456 p.
35. Phinney J.S. Ethnic Identity in adolescence and adults: a review of research // *Psychological Bulletin*. 1990. Vol. 108. P. 499–514.
36. Pieterse J. N. Global Multiculture, Flexible Acculturation // *Globalizations*. 2007. Vol. 4. № 1. P. 65–79.
37. Portes A., Zhou M. The new second generation: Segmented assimilation and its variants among post-1965 immigrant youth // *Annals of American Academy of Political and Social Science*. 1993. Vol. 530, pp. 74–98.
38. Redfield R., Linton R., Herskovits M.J. Memorandum for the Study of Acculturation // *American Anthropologist*. 1936, Vol. 38. № 1, P. 149–152.
39. Siapera E., Boudouridis Lenis, S., Suiter J. Refugees and network publics on Twitter: Networked framing, affect and capture // *Social Media + Society*. 2018. P.18. URL: <https://doi.org/10.1177/2056305118764437>
40. Smets K. The way Syrian refugees in Turkey use media: Understanding “connected refugees” through a non-media-centric and local approach // *Communications: the European Journal of Communication Research*. 2018. № 43. P. 113–123. DOI: 10.1515/commun-2017-0041
41. Teske R. H., Nelson B. H. Acculturation and assimilation: A clarification // *American Ethnologist*. 1974. Vol. 17. P. 218–235.
42. Thomas W. I., Znaniecki F. *The Polish Peasant in Europe and America*. Urbana, Chicago : University of Illinois Press, 1996. Vol. 2. – 127 p.
43. Hite H. C. 1981. Where do markets come from? // *American Journal of Sociology*. Vol. 87 (3). P. 517– 547.
44. Witteborn S. The digital force in forced migration: Imagined affordances and gendered practices // *Popular Communication*. 2018. № 16. P. 21–31. DOI: <https://doi.org/10.1080/15405702.2017.1412442>
45. Witteborn S. The digital gift and aspirational mobility // *International Journal of Cultural Studies*. 2019. DOI: <https://doi.org/10.1177/1367877919831020>
46. Zagheni E., Garimella V.R.K., Weber I., State B. Inferring International and Internal Migration Patterns from Twitter Data // *WWW Companion*. 2014. P. 439–444.
47. Zagheni E., Weber I., Gummadi K. Leveraging Facebook's Advertising Platform to Monitor Stocks of Migrants // *Population and Development Review*. 2017. № 43. P. 721–734. DOI: 10.1111/padr.12102