

УДК 316

Е. Л. Самарина*Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ» им. В. И. Ульянова (Ленина)*

АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНОГО ВОСПРИЯТИЯ И ЭТНИЧЕСКИХ СТЕРЕОТИПОВ РОССИЯН ПО ОТНОШЕНИЮ К ПРЕДСТАВИТЕЛЯМ СТРАН ЛАТИНСКОЙ АМЕРИКИ

Приводятся результаты социологического исследования отношения россиян к представителям стран Латинской Америки. В результате проведенного автором анкетирования граждан РФ, глубинных интервью с латиноамериканскими мигрантами и контент-анализа публикаций интернет-ресурсов СМИ выявляются этнические стереотипы, существующие в российском обществе.

Этнические стереотипы, Латинская Америка, контент-анализ, социальное восприятие

В России наблюдается тенденция роста объемов зарубежных инвестиций и расширение политических отношений между Российской Федерацией и странами Латинской Америки. К примеру, объем внешней торговли с Аргентиной, по данным Федеральной службы государственной статистики, увеличился почти в тринадцать раз за двенадцать последних лет. С точки зрения современной политико-экономической ситуации, перспективы усиления взаимодействия между Россией и латиноамериканскими странами являются хорошими, что придает особое значение налаживанию успешных взаимоотношений между представителями этих культур.

В рамках проводимого нами с 2012 г. по настоящее время социологического исследования была поставлена цель: изучить различные аспекты взаимовлияния России и Латинской Америки. С помощью данных Федеральной миграционной службы и экспертных интервью с представителями посольств латиноамериканских стран были определены масштабы миграции в Россию. Исследовались особенности данной этнической группы и деловая активность между упомянутыми государствами по информации, предоставляемой Федеральной службой государственной статистики, Федеральной миграционной службой, и глубинным интервью с латиноамериканскими мигрантами [1]. Однако в данной статье в первую очередь представлены результаты анализа восприятия латиноамериканцев россиянами и то, каким образом создается в СМИ России образ Латинской Америки.

Некий стереотип по отношению к латиноамериканцам у россиян уже сложился, хотя бы благодаря СМИ и, в определенной степени, имеющимся контактам с представителями данных стран. Как отметили опрошенные в ходе проведенного исследования эксперты из посольств этих государств, количество постоянно проживающих в России мигрантов в среднем сохраняется стабильным, хотя было заметно снижение их численности в периоды экономического кризиса (особенно в 1998 г.). В консульствах Колумбии, Перу и Бразилии в последние годы была отмечена возросшая деловая активность прибывающих из этих стран мигрантов в сфере предпринимательства, в целом отмечается увеличение количества граждан, приезжающих из этих стран.

Внешнеэкономические связи со странами Латинской Америки являются важными для России, особенно в современных политических условиях. В деловой активности латиноамериканцев в Российской Федерации могут быть выделены определенные периоды. Исследование показывает, что в новое время могут быть отмечены некоторые этапы спада и подъема развития предпринимательства латиноамериканцев, что позволяет определить волновой характер этого процесса.

Традиционно существует еще со времен СССР импорт экзотических фруктов, кофе и мяса из стран Латинской Америки. В тот период торговля шла на государственном уровне в обмен на военные товары, стипендиальные программы и т. д. Однако некоторые студенты из стран Латинской Америки нелегально привозили на территорию Советского Союза уникальные товары и продукты, занимались их продажей. Предпринимательство этой группы в то время хотя и было теневым и нечастым явлением, но пользовалось большим спросом и негласным престижем. По свидетельствам очевидцев, этнические предприниматели тех времен были способны за короткие промежутки времени зарабатывать немалые суммы денег.

Следующий этап деловой активности представителей стран Латинской Америки пришелся на время после падения железного занавеса, начало перестройки. Это был период, когда ранее функционировавший в подпольных советских условиях бизнес (чаще всего торговля), получил официальное разрешение на открытую деятельность. Товары и продукты из латиноамериканских стран стали более широко представлены на полках российских магазинов. Для многих латиноамериканцев это был период открытия своего дела в России, период накопления капитала, период освоения новых направлений в российском экономическом пространстве. Появлялись как новые фирмы, так и «последователи» организаций, занимавшихся импортом в СССР.

Одновременно в 90-х гг. прошлого века среди латиноамериканцев сформировалось мнение о России как о ненадежном политическом и экономическом партнере, с непредсказуемыми решениями и поступками. В период правления Б. Ельцина Россия ушла с Кубы, где остались недостроенными сотни объектов, в 30 раз сократились объемы торговли [2]. Только к середине первого десятилетия XXI в. международные отношения стали налаживаться. В ноябре 2008 г. президент РФ посетил сразу четыре латиноамериканские страны: Перу, Бразилию, Венесуэлу и Кубу. Комментируя визит, Д. А. Медведев отметил: «...мы посещали такие государства, в которых никогда российские руководители не бывали... Это означает одно: этим странам не уделялось внимания, и мы в каком-то смысле сейчас только начинаем полноценное полноформатное и, надеюсь, взаимовыгодное общение с руководителями этих государств и соответственно с экономиками этих государств. Здесь нечего стесняться и бояться конкуренции, надо смело ввязываться в драку» [3].

Новый этап освоения российского рынка латиноамериканскими предпринимателями характеризуется приходом в престижные ниши на рынках России. Для латиноамериканцев открылись возможности организации бизнеса не только в торговле, но и в медицине, преподавании языков, в рекламе и маркетинге, образовании, программном обеспечении, консультировании и др. Среди латиноамериканцев в России появилось немало владельцев не большого бизнеса: ресторанов и кафе, магазинов, интернет-кафе и пр. Как правило, латиноамериканские предприниматели – это люди с высшим образованием, занимающиеся официальным бизнесом и стремящиеся занять либо сохранить свое место на уровне среднего класса. Этим объясняется тот факт, что среди них трудно найти людей, занимающих

непрестижные ниши на российском рынке. «Человеческий капитал» этих людей высок: все опрошенные до приезда в Россию принадлежали к среднему классу, 88 % имеют высшее образование, 82 % имеют в семье опыт предпринимательской деятельности, 94 % свободно владеют русским языком. Латиноамериканцы достаточно успешны в финансовой сфере. Только 5 % респондентов ответили, что им не хватает средств на удовлетворение базовых потребностей. Наибольшие трудности (26 %) вызывает покупка жилья, а полностью довольна своим экономическим положением пятая часть опрошенных. Амбиции латиноамериканских предпринимателей, в основном, умеренные, не предполагающие дальнейшего движения вверх по социальной или политической лестнице.

Согласно данным Госкомстата наиболее значимыми внешнеэкономическими партнерами России среди всех стран Латинской Америки являются Бразилия, Аргентина, Мексика, Куба и Панама, причем их роль в экономике нашей страны сильно возросла с начала 2000-х гг. Экспорт в Бразилию и Мексику вырос в десять раз, такая же ситуация наблюдается и в бразильском импорте. Внешняя торговля с Аргентиной тоже стабильно увеличивается. Только Куба и Панама снизили объем продаж за этот период. Товарооборот с этими пятью странами в 2014 г. составил 10 056 млн долларов, что является большим вкладом в экономику РФ и стран Латинской Америки [4]. При этом латиноамериканская группа является одной из наименее изученных в исследованиях современных российских социологов.

В русской социологии этнические аспекты общества и проблематика стереотипизации этносов исследовались преимущественно с позиций субъективного подхода. В России термин «этнос» в научной литературе впервые использовал российский ученый-этнограф С. М. Широкогоров в 1923 г. в работе «Этнос. Исследование основных принципов изменения этнических и этнографических явлений». Он рассматривал этнос как основную форму существования локальных групп человечества, а основными признаками его считал «единство происхождения, обычаев, языка и уклада жизни» [5].

Субъективная социология в дореволюционной России разрабатывалась благодаря трудам П. Л. Лаврова, Н. К. Михайловского, С. Н. Южакова, С. Н. Кривенко, Н. И. Кареева и др. Хотя их философской базой был позитивизм, эти ученые выступали как против органической школы (Г. Спенсер), так и против социал-дарвинизма. Разрабатывая теорию русской общины, подражания (Михайловский), общественного прогресса, социальной солидарности [6] и т. д., они считали, что общественной единицей является личность (действительная единица социального), а не группа или класс, и она неизбежно несет на себе отпечаток этнической принадлежности, и это сказывается на всех помыслах и действиях.

В Большой советской энциклопедии 1957 г. дается следующее определение «этнической группы (или этнической общности)»: «...термин, обозначающий родственные по языку и близкие по культуре общности людей... В отдельных случаях этническая группа может совпадать с народностью или племенем... Вместо термина “этническая группа” употребляется также выражение “этнолингвистическая группа (общность)”...».

Изучение различных аспектов проблем миграционных процессов в общем и этнических стереотипов в частности является актуальным направлением в современной социологии. Например, исследованием трансформационных процессов в принимающем обществе активно занимаются М. К. Горшков, Р. Крумм и В. В. Петухов.

Задачей описываемого направления нашего исследования, как было сказано ранее, стало именно выявление этнических стереотипов по отношению к латиноамериканцам и

изучение процесса их формирования с помощью новостных сайтов и социальных сетей. Одной из составляющих исследования был контент-анализ двух наиболее популярных интернет-ресурсов СМИ: «Ria.ru» и «News.rambler.ru» [7], [8]. Был проведен внутренний анализ источников, отобранных методом сплошной выборки, за календарный год – с 31.05.2015 по 01.06.2016, целью которого стало изучение процесса формирования общественного мнения по отношению в странах Латинской Америки. Единицами анализа служили оценки, суждения на определенную тему, сгруппированные в категории анализа «экономика и политика», «культура и общественная жизнь». За единицу счета были приняты: частота появления признака категории анализа и коннотация (положительная, нейтральная либо отрицательная).

При изучении процесса создания образа Латинской Америки в российских СМИ было выявлено, что по обоим направлениям преобладают отрицательные коннотации. Вторые по количеству – нейтрально поданные новости. На последнем месте находятся положительные события. Несмотря на преобладание негативно коннотируемых сообщений, в целом можно отметить, что показатели отличаются незначительно. Следовательно, чуть менее двух третей – это новости, которые показаны в позитивном свете либо без эмоциональной нагрузки. Соотношение политико-экономических и культурно-общественных новостей – 4:1.

Наиболее часто упоминаемыми странами являются Бразилия, Аргентина и Венесуэла, и это совпадает со статистикой наиболее стратегически важных торгово-экономических партнеров РФ. Активно обсуждались президентские выборы в этих государствах. Приграничные проблемы и наркоторговля являлись актуальными темами новостей из Колумбии, а также землетрясение в Чили вызвало в СМИ большой резонанс.

Помимо перечисленных выше ресурсов, объектами контент-анализа были форумы и многочисленные группы в социальной сети «VK», посвященные этим странам.

Что касается неформального общения в часто используемых в современной молодежной среде форумах и блогах, нами было отмечено снижение активности их пользователей за последние три года. Среди самых популярных форумов в поисковой системе «Яндекс» большинство последних сообщений приходится на 2013 г. Все обсуждаемые тематики можно разделить на две основные категории: туризм или переезд на постоянное место жительства. Проблемы, связанные с деловой активностью, на форумах, как выяснилось, не принято обсуждать.

В ходе исследования было выявлено, что, в отличие от форумов, большей активностью обладают социальные сети. Нами были исследованы сообщества, создаваемые в «VK». В этой соцсети на 15.06.2016 было более 60 групп, посвященных Латинской Америке в целом, не считая конференций. Что касается отдельных стран, мы обнаружили более 70 сообществ, деятельность которых посвящена многим латиноамериканским странам, например, Аргентине (не считая фангрупп сборной по футболу и сериалов), Эквадору (помимо бизнес-сообществ, занимающихся импортом роз) и т. д. Однако следует отметить, что в группе, созданной автором на базе социальной сети «Вконтакте» и посвященной россиянам, проживающим в Эквадоре, регулярно встречаются предложения совместного бизнеса или найма на работу, со стороны как российских эмигрантов, так и эквадорцев. Большинство эпитетов, используемых для описания латиноамериканцев, носит положительный оттенок, например, «доброжелательны, положительные впечатления, красивый город, чисто и аккуратно, доброжелательные и общительные люди» (из блога об Аргентине) [9]–[11].

Процессы социального взаимодействия подразумевают под собой дихотомию «приезжий – принимающее общество», поэтому одним из направлений исследования было изучение установок доминирующей группы в России по отношению к мигрантам вообще и латиноамериканцам в частности. Латиноамериканская группа в РФ, как и остальные миграционные потоки, концентрируется в больших городах, поэтому в выборку были включены жители Санкт-Петербурга трудоспособного возраста.

В России, как и во всем мире, наблюдается ускорение процессов глобализации, которые напрямую связаны с миграционными потоками. В научных кругах существуют определенные сомнения в том, что российское общество готово к этим процессам, в толерантности россиян к представителям других национальностей. Для выяснения степени готовности к происходящим процессам принимающего общества проведено это исследование, задачей которого было определение степени готовности доминирующего общества к миграционным процессам вообще и к восприятию латиноамериканской группы в частности через создание образа «типичного представителя», а также выявление социокультурных установок принимающего общества по отношению к латиноамериканцам.

Данная часть исследования была разделена на две части. Во-первых, нами были опрошены 584 представителя российского общества (жители Санкт-Петербурга и Москвы), никогда не встречавшихся с представителями латиноамериканской группы. Во-вторых, была составлена контрольная группа из людей, знакомых по работе или частной жизни с выходцами из латиноамериканских стран. Опросы происходили в Санкт-Петербурге, так как он является одним из основных мест проживания латиноамериканской группы, и в то же время здесь уровень ксенофобии не так высок, как в столице. Выборка соответствовала гендерным и демографическим параметрам этого города, представленным в переписи населения 2010 г. В качестве отдельной экспертной группы были опрошены 20 граждан РФ, работающих с латиноамериканцами либо состоящих с ними в родстве.

Все переменные были перекодированы в двоичный формат. Содержательные ответы, которые отражают согласие с утверждением, были закодированы как 1, а все остальные – как 0. Варианты типа «затрудняюсь ответить», а также отсутствие ответов были закодированы как пропущенные значения. В соответствии с ответами на каждый из приведенных вопросов, мы посчитали доли респондентов, придерживающихся соответствующего суждения. Далее показано процентное соотношение по каждому из пунктов опроса. Методика опроса экспертной группы была идентичной.

В российской научной литературе отмечается растущая неадекватность субъективного восприятия друг друга мигрантами и представителями принимающего общества, рассматривается вопрос межгруппового общения [12]. Настоящие противоречия и конфликты изменяют характер отношения коренного населения к приезжающим из-за рубежа, заметен рост националистических настроений. По данным социологических исследований, за шесть последних лет количество людей, считающих, что все люди, проживающие в России, должны иметь равные права, уменьшилось более чем на треть. Процент респондентов, утверждающих, что Россия должна быть государством только для русских, возрос с 11 до 14. Негативное отношение доминирующего общества снижает мотивацию к переезду мигрантов-предпринимателей и является сложной проблемой развития этнического предпринимательства в России.

Важным аспектом, влияющим на отношение к этническим меньшинствам в стране-реципиенте, является конкуренция на рынке труда с безработными принимающего сообщества. Мигранты, не сумевшие реализовать свои предпринимательские потенциалы в пределах государства-реципиента, занимают непрестижные рабочие места, при этом создаются социокультурные стрессовые ситуации, связанные с различиями в активности и жизненном укладе, поведении, растут проблемы на местном рынке жилья, формируются гетто в крупных городах и крупных промышленных центрах. Эти факторы со временем приводят к нестабильности в гражданских режимах, основанных на одной нации, создают условия для трансформации данных режимов.

Представители теории адаптационного конфликта подчеркивают, что проблемы, связанные с процессами этнического предпринимательства, становятся все актуальнее, и все острее встает вопрос о прогнозировании отрицательных тенденций развития данного явления.

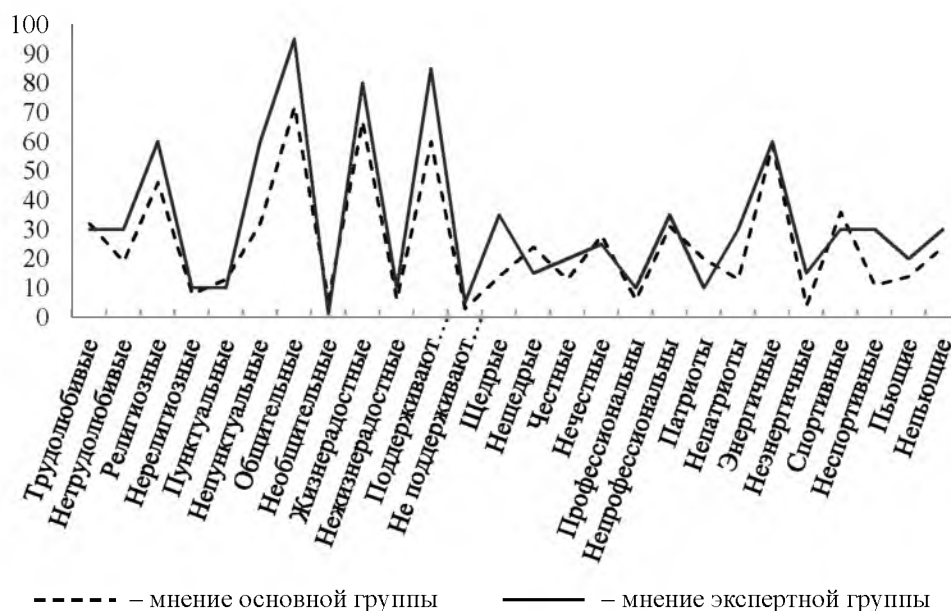
Однако результаты проведенного нами эмпирического исследования показали, что в случае с латиноамериканцами отношение принимающего общества отличается от отношения к «типичным группам» мигрантов в РФ, поскольку латиноамериканцы, как правило, «вкраплены» в местный поселенческий массив, постоянно пересекаются и взаимодействуют с местными локальными сообществами. Этим латиноамериканцы отличаются от других мигрантов, которые создают «мигрантский кластер», куда включены объекты городского хозяйства, где наиболее активно используется труд (им)мигрантов, примыкающие к ним жилые кварталы, в которых относительно высок удельный вес мигрантского населения, объекты инфраструктуры, наряду с местным населением обслуживающие (им)мигрантов. Эти «кластеры» формируются стихийно, в силу как объективных обстоятельств (близость к работе, более доступное для съема либо приобретения в собственность жилье), так и субъективных факторов (стремление селиться и работать рядом со «своими»). «Кластеры» не имеют четких культурных маркеров, поскольку в ареале одного «кластера» сосредоточены представители различных этнических общностей.

В контексте усиливающихся за последние десятилетия миграционных процессов и повышения интереса к Латинской Америке важно понять ожидания принимающего общества по отношению к «чужим». В ходе исследования было выявлено, что в доминирующей группе преобладают положительные мнения и о выходцах из стран Латинской Америки (таблица). Чаще всего отмечались следующие черты: общительность (72 % респондентов), поддержка семейно-родственных связей (60 %), жизнерадостность (67 %), религиозность (46 %) и энергичность (59 %). Можно сказать, что в российском обществе сложился положительный стереотип, оно готово к взаимодействию с латиноамериканской группой и воспринимает ее позитивно.

Черта, характерная для латиноамериканцев	% (от общего количества ответивших)
Загрудняюсь ответить	27
Трудолюбивые	32
Нетрудолюбивые	19
Религиозные	46
Нерелигиозные	8
Пунктуальные	13
Непунктуальные	32

Черта, характерная для латиноамериканцев	% (от общего количества отвечающих)
Общительные	72
Необщительные	6
Жизнерадостные	67
Нежизнерадостные	6
Поддерживают семейные/родственные связи	60
Не поддерживают семейные/родственные связи	3
Щедрые	14
Нещедрые	24
Честные в делах	13
Нечестные в делах	28
Отличаются высоким уровнем профессионализма	6
Непрофессиональные	35
Патриоты	20
Непатриоты	13
Энергичные	59
Неэнергичные	4
Спортивные	36
Неспортивные	11
Пьющие	24
Непьющие	14

На рисунке представлен сравнительный график результатов (в процентах) анкетирования граждан РФ и экспертной группы. При сравнении полученных данных по принимающему обществу и мнения экспертов было выявлено совпадение стереотипа, существующего у россиян, и черт, присущих данному этносу.



Результаты проведенного исследования показывают высокий уровень толерантности по отношению к представителям других стран в сравнении с данными по Российской Федерации в целом. Например, в исследовании, проведенном М. Горшковым, «Россия в трансформирующемся обществе», неприятие иностранцев достигало 37 % в 2008 г. Забегая вперед, необходимо выделить, что респонденты-латиноамериканцы отмечали доброжелательность россиян, «когда с ними познакомишься поближе». Тем не менее модели поведения, принятые в России и Латинской Америке при знакомстве и в сфере услуг, были

охарактеризованы опрошенными как отличающиеся друг от друга. «Русские не улыбаются, мрачные в метро... При получении визы приходится переживать кошмар, все кричат, нервные» (гражданин Боливии, 36 лет).

Подводя итоги, важно отметить, что в последнее время престиж России как страны-реципиента повысился для некоторых стран, но он нестабилен. Привлекательность Российской Федерации как принимающей страны меняется в зависимости от различных условий, что заметно по флуктуации миграционных волн. Миграционный прирост из стран Латинской Америки также нестабилен, в основном он положителен за счет кубинцев и эквадорцев (по данным Федеральной службы государственной статистики). Бразилия, Венесуэла, Мексика и Чили показывают отрицательный прирост [13]. Выходцы из стран, схожих по культурным особенностям и имеющих исторические связи с Россией, наиболее мотивированы к переезду. Как показал анализ, представители стран Латинской Америки культурно близки россиянам. Адаптация латиноамериканских предпринимателей осуществляется на основе делового взаимодействия с россиянами и традиций толерантных отношений с местным населением.

Традиционно с советского периода латиноамериканские предприниматели стремятся к установлению с российской стороной партнерских отношений и деловых связей.

Со стороны россиян латиноамериканские предприниматели чаще всего оцениваются, «как все» мигранты-предприниматели, т. е. россияне предпринимателей-латиноамериканцев не выделяют как особую группу до тех пор, пока не возникает угроза их стабильности или безопасности либо не начинают с ними контактировать. По данным Аналитического центра Ю. Левады, 35 % россиян отрицательно относятся к трудовой деятельности мигрантов, где бы они ни работали (данные 2005 г.).

Массовый стереотип социального восприятия латиноамериканцев со стороны россиян заключен в представлении о них как о жизнерадостных, оптимистично настроенных, готовых весело отдохнуть, развлечься, людей. Это представление навязано россиянам СМИ, художественными произведениями, телевидением, что, собственно, не противоречит результатам многих исследований, которые показали, что жители стран Латинской Америки – самые позитивные на всей планете. На вершине списка оптимистов находятся Парагвай, Венесуэла и Панама – так называемый индекс позитива у первых двух стран составляет 86 %, у третьей – 84 % [14]. В ходе нашего исследования было выяснено, что отношение подавляющего большинства опрошенных к этой группе иностранцев положительное и совпадает с мнением контрольной группы, имеющей постоянные контакты с представителями стран Латинской Америки.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Дерюгин П. П., Самарина Е. Л. Этническое предпринимательство латиноамериканцев как стратегия адаптации в трансформирующейся России // Современные исслед. социальных проблем. 2014. № 8 (40). С. 87–105.
2. Облик России – взгляд из Латинской Америки / отв. ред. В. П. Сударев. Ин-т Латинской Америки РАН. М.: ИЛА РАН, 2009. 98 с.
3. Сударев В. П. Россия возвращается в Латинскую Америку? // Российский совет по международным делам, 17.11.2011. URL: http://russiancouncil.ru/inner/?id_4=48#top (дата обращения: 27.12.2013).

4. Федеральная служба государственной статистики. Внешняя торговля Российской Федерации со странами Дальнего зарубежья. URL: http://www.gks.ru/bgd/regl/b15_11/lssWWW.exe/Stg/d02/27-06.htm (дата обращения: 11.06.2015).
5. Широкогоров С. М. Этнос: Исследование основных принципов изменения этнических и этнографических явлений. Шанхай, 1923. URL: <http://www.kunstkamera.ru:8081/siberia/ShirokogorovEthnos.html> (дата обращения: 12.03.2012).
6. Осадчая Г. И. Сплоченное общество как идея и вектор инновационного преобразования российского общества. М.: Изд-во РГСУ, 2011. 166 с.
7. РИА Новости. Южная Америка. URL: http://ria.ru/s_america (дата обращения: 20.05.2016).
8. Рамблер, Новости. Новости Латинской Америки. URL: <https://news.rambler.ru/latinamerica> (дата обращения: 12.06.2016).
9. Форум по Латинской Америке. URL: <http://www.latamerica.ru/forum> (дата обращения: 04.05.2016).
10. Latindex: Латинская Америка. Блоги. URL: <http://latindex.ru/communication/blog/2013> (дата обращения: 12.06.2016).
11. Форум «Америка Латина». URL: <http://forum-americalatina.ru> (дата обращения: 12.06.2016).
12. Строецкая Е. В. Проблемы конструирования межгрупповых отношений в процессе непосредственного общения // Изв. СПбГЭТУ «ЛЭТИ». Сер. «Гуманитарные и социально-экономические науки». 2002. № 2. С. 30–32.
13. Федеральная служба государственной статистики. Численность и миграция населения Российской Федерации в 2014 г. URL: http://www.gks.ru/bgd/regl/b15_107/Main.htm (дата обращения: 15.03.2016).
14. Карпова Я. Gallup: латиноамериканцы – самые позитивные в мире. URL: <http://slon.ru/fast/world/gallup-latinoamerikantsy-samyepozitivnye-v-mire-997765.xhtml> (дата обращения: 22.12.2013).

Е. Л. Samarina
Saint Petersburg Electrotechnical University «LETI»

ANALYSIS OF SOCIAL ATTITUDE AND ETHNIC STEREOTYPES OF THE RUSSIANS TOWARDS THE LATIN AMERICANS

The article shows the results of sociological research on the Russians' attitude towards the Latin Americans. The conducted survey of recipient culture representatives, interviews of Latin American migrants and content analysis of Internet mass media have revealed ethnic stereotypes in the Russian society.

Ethnic stereotypes, Latin America, content analysis, social attitude
