



УДК 314.7

© О. В. Сараева, 2012

КОНСТРУИРОВАНИЕ ОБРАЗОВ МИГРАЦИИ НА РЕГИОНАЛЬНОМ И ФЕДЕРАЛЬНОМ УРОВНЯХ

Сараева О. В. - канд. соц. наук, доцент кафедры менеджмента, тел. 8-90-334-364-24, e-mail: olgasaraeva2010@yandex.ru (Казанского института (филиала) Российского государственного торгово-экономического университета)

Переход от стихийной миграции к управляемой и безопасной в интересах различных территорий и всей страны в целом, безусловно, требует изменения общественных настроений в направлении, способствующем целям миграционной политики государства. И прежде всего, речь идет об изменении политики в отношении средств массовой коммуникации. Роль СМИ заключается в конструировании положительного образа миграции и, следовательно, в формировании благоприятного отношения к приезжим. Именно СМИ должны помочь обществу наладить конструктивный диалог по этой серьезной социальной проблеме, в котором был бы слышен голос и тех, из кого сегодня делают врагов. Федеральной прессе следует обратить внимание на опыт региональных печатных изданий, в частности, Республики Татарстан в формировании толерантного отношения к приезжим.

The transition from spontaneous migration to a controlled and safe in the interests of the different territories and the country as a whole, of course, requires a change of public attitude towards contributing to the objectives of the migration policy of the state. And first of all, it is to change the policy in regard to means of mass communication. The role of the mass MEDIA consists in the construction of a positive image of migration and, consequently, the formation of a favourable attitude towards the migrants. It is the MEDIA should help the company to develop a constructive dialogue on this serious social problem, which would be the voice of those who today make enemies. The federal press attention should be paid to the experience of regional printed editions, in particular, the Republic of Tatarstan in the formation of a tolerant attitude to newcomers.

Ключевые слова: средства массовой коммуникации, дискурсивный анализ, конструктивизм, образы миграции, контент – анализ.

Миграция – один из самых динамичных процессов, связанных с населением и его воспроизводством, процесс, который на современном этапе может существенно повлиять на численность населения, его размещение, возраст-

ной и национальный состав, количественную и качественную составляющие трудовых ресурсов, оказывая влияние на социально-экономическое развитие страны.

В последнее время, обычный обыватель все чаще и чаще, сталкивается с различными, как положительными, так и отрицательными дискурсами на данную тему. Переход от стихийной миграции к управляемой и безопасной в интересах различных территорий и всей страны в целом, безусловно, требует изменения общественных настроений в направлении, способствующем целям миграционной политики государства. Целями государственной миграционной политики выступают: стабилизация и рост численности населения; обеспечение потребности экономики в работниках; развитие инновационного потенциала; обеспечение национальной безопасности и геополитических интересов.

Заметную роль в осмыслении и интерпретации миграции отводят средства массовой коммуникации, поскольку именно они конструируют определенные образы, оценки, стереотипы в сознании людей.

Исследование базируется на конструктивистской методологии. Миграция выступает социальной проблемой, которую, в первую очередь, конструируют СМИ. Социальные проблемы – это то, что люди считают социальными проблемами, и если условия не определяются как социальные проблемы теми людьми, которых данные проблемы касаются, они не являются проблемами для этих людей, хотя могут быть проблемами для других [27]. Социальная проблема существует, прежде всего, с точки зрения определения и восприятия в обществе, не являясь объективным условием с определенной объективной структурой [26].

Преимущества конструктивистского подхода в том, что можно выявить особенности конструируемых образов миграции, определить, кто заинтересован в привлечении общественности на данную ситуацию, выявить какие чувства вызывает миграция у читателей, благодаря прессе.

Объектом исследования стали публикации о миграции населения на страницах государственных, общероссийских газет «Российская газета», «Коммерсант», «Независимая газета» и региональных изданий «Республика Татарстан», «Казанские ведомости». (Проводилось сплошное обследование статей в течение года с 29.12.2009 по 01.01.2011). Образ миграции в публикациях данных газет изучался через количественные и качественные показатели методом контент-анализа и качественного анализа текстов.

Контент-анализ позволил изучить сообщения, создаваемые в различных сферах социальной коммуникации, зафиксированные в форме письменного текста. Контент-анализ почти идеально подходит для тех случаев, когда требуется исследовать ядро массовой коммуникации, конкретное генеральное ключевое сообщение, которое находится в послании от автора к аудитории.

Задачами контент – анализа стали:

1. Выявление и оценка характеристик текста как признаков отдельных сторон миграции населения.



2. Выяснение характера исследуемого текста: положительного, отрицательного, нейтрального, сбалансированного.

3. Оценка эффекта воздействия сообщения на аудиторию.

4. Сравнение текстов СМИ федеральных и региональных печатных изданий.

То есть, изучая, анализируя печатные материалы, мы, прежде всего, интересовались следующими вопросами: Какие стороны жизни мигрантов предпочитает освещать пресса? и, Какие образы могут закрепиться у читательской аудитории?

Образ мигранта – это совокупная характеристика мигрантов, изображаемая с помощью семантических средств прессы. Пресса помогает: сформировать мнение или образ, когда его еще нет; закрепить в сознании человека уже сформированный образ, делая его более отчетливым.

Общие контуры данного образа: миграция – это экономически и демографически неизбежный и необходимый процесс; миграция создает конкуренцию на рынке труда; миграция представляет угрозу безопасности страны. Степень влияния и дискурсы о миграции будут сильно варьироваться в зависимости от того кто их высказывает: журналист, политик, ученый или чиновник. В одни и те же термины будет вкладываться различный контекст.

При анализе федеральной прессы замечено двоякое отношение к мигрантам. С одной стороны, идет описание тяжелой жизни мигрантов на их родине [1], нелегкой жизни в России «Крытые рынки для эмигрантов – и работа, и дом. Дом без горячей воды и канализации» [2] о трудностях с получением гражданства «Получение гражданства – самая болезненная тема в миграции. Наши соотечественники, давно приехавшие жить в Россию по пять, семь и даже по десять лет не могут стать законными гражданами» [3]; «Почему людей фактически в административном порядке лишают гражданства?» [4], о коррупции «Борьба с нелегальной миграцией сегодня просто видимость. И это понятно, ведь нелегальная миграция – Клондайк для коррупции» [3], о невыплатах работодателями честно заработанных денег «Главную угрозу несет неконтролируемая трудовая миграция, в которой заинтересованы недобросовестные работодатели» [5], о трудолюбии и дисциплине мигрантов: слова муфтия Равиля Гайнутдинова: «Мигранты не пьянствуют, они дисциплинированы, трудолюбивы, если зарплату получают, то отправляют ее домой, чтобы накормить свои семьи» [6]. Т. е. мигрант представляет собой личность, которой необходима помощь, сострадание, поддержка и понимание общественности и государства. В статьях «положительного отношения» к мигрантам проскальзывают цифры, говорящие о низком уровне преступности среди приезжих, о том, что государство зарабатывает на гастарбайтерах миллионы и покрывает демографическую яму. «Государство зарабатало на патентах гастарбайтерам более 257 млн. рублей; Преступность среди иностранцев на протяжении последних лет остается стабильно низкой – в пределах 3,5 % от всех совершаемых преступлений» [7].

С другой стороны, мигранты – малообразованные, не компетентны в своей работе, не обеспечивают должное качество выполняемых работ *«Почти половина трудовых мигрантов, работающих в Москве, не знает русского языка, свыше трети – не компетентны в своей работе, сообщил заместитель руководителя столичного департамента труда и занятости населения Георгий Тимофеев»* [8], нищие, загнанные в угол люди, которые работают нелегально (подпольно) *«Первый замдиректора Федеральной миграционной службы России генерал-лейтенант милиции Михаил Тюркин признал, что число нелегальных работников в России по-прежнему велико»* [9], нарушая законодательство РФ и плохо адаптированные в российское общество.

Кроме этого, часть статей рассказывает о необходимости иностранных работников для российской экономики *«России ежегодно необходимо привлечь порядка 5 миллионов иностранных работников, считает глава Федеральной миграционной службы России Константин Ромадановский»* [10]. В данных статьях миграция рассматривается как объективный и неизбежный процесс.

Проанализировав федеральную прессу, подведем итог сложившегося образа мигранта. Первый образ: трудолюбивый, дисциплинированный мужчина, приехавший в Россию на заработки, в связи с тяжелым материальным положением на родине. Заработанные честным трудом деньги отсылает семье: жене и детям. Живет в России в ужасных условиях, сталкивается с коррупцией и предвзятым отношением коренных жителей. Нередко оказывается без денег, встречая на своем нелегком пути недобросовестных работодателей.

Второй образ: малообразованный человек, не имеющий представления каким трудом будет заниматься, приезжает на заработки в Россию. Устраивается где придется, чаще нелегально, нарушая законодательство Российской Федерации. Живет в ужасных условиях, принят по национальному признаку в группы «своих». Разрешение на работу, как правило, отсутствует, постановки на миграционный учет нет. В основном, заработок низкий, чем провоцирует конкуренцию на рынке труда и недовольство местного населения.

Первый образ вызывает жалость, второй – неприязнь. Происходит неувязка формируемых образов миграции с целями государственной миграционной политики.

Региональная пресса гораздо реже упоминает о миграционных процессах. Основной блок всех статей о миграции посвящены толерантному отношению к приезжим *«Опыт гармонизации межнациональных отношений в Татарстане»* [11], многоликому Татарстану [12] *«Многонациональность, многоконфессиональность – это наше достижение и богатство – Фарид Мухаметшин, руководитель ассамблеи народов Татарстана»* [13], образованию специальных учреждений по адаптации и интеграции мигрантов [14], о жизни диаспор и их культурной составляющей как богатства республики *«Лучшие черты узбекского народа – его душевность, открытость, гостеприимство – Казань знает не по - наслышке. Настоящий узбек достоин уважения. Приезжие официально получают разрешения на работу, оформляются в*



соответствии с законодательством» [15]; «Татарстан в ближнем и дальнем зарубежье узнаваем и популярен. Сюда охотно едут работать, зачатую оставляясь навсегда. Все чаще в нашу республику стали прибывать мигранты не только из среднеазиатских стран, но и из таких экзотических, как Свазиленд или Маврикий» [13].

Читая данные статьи, складывается образ душевного, открытого, честно-го мигранта, который приезжает в РТ, соблюдая все законы, уважает национальные традиции и обычаи. Такому мигранту помогает адаптироваться и местное население «Альметьевцы оказывают конкретную помощь и при трудоустройстве мигрантов» [13]. Складывается, вроде бы, идеальное представление образа мигранта, но существует и другая сторона.

Так, можно встретить статьи, рассказывающие о не соблюдении мигрантами законодательства, о многочисленных нарушениях пребывания в РТ «Инспекторы ФМС выявили 17 граждан Вьетнама, Азербайджана, Узбекистана и Таджикистана, не имеющих документов для пребывания на территории России» [16], о совершенных преступлениях, о нелегалах «Подавляющее большинство преступлений, совершенных иностранными гражданами, приходится на долю нелегалов – начальник ФМС РФ по РТ Сергей Челуштанов»; «Гастарбайтеры, которые всеми правдами и неправдами прибывают на российскую землю» [15], о непрофессионализме мигрантов «В основном к нам едут не профессионалы, а те кто не нашел себя на родине или был вынужден бежать ввиду сложной общественно-политической ситуации, - рассказывает спикер парламента Татарстана» [14]. Но все - таки, нужно отметить, что статей такой направленности гораздо меньше, чем статей с положительной «окраской».

Из всего вышеизложенного, перечислим основные составляющие отрицательного стереотипа «мигрант» (под стереотипом будем понимать сильно упрощенные, клишированные представления, с помощью которых осуществляется категоризация предметов и явлений и дается заранее запрограммированная их оценка) [17], регулярно встречающихся в СМИ. Мигранты: выходцы из Средней Азии; плохо знают русский язык; не имеют образования и профессиональной квалификации; не соблюдают «наши» обычаи и культуру; нарушают законодательство РФ; не прилагают усилий для адаптации; вытесняют коренных жителей с рынка труда и снижают уровень их оплаты; обладают сплоченностью, образуя группировки (не редко криминальные); понятия не имеют о миграционных картах и других законодательных нововведениях.

Дискурсивный анализ СМИ позволил выделить контекст сообщений в прессе. Российская массовая коммуникация опирается на исторический контекст, связанный с древними традициями объединения в группы «своих» против «чужих». Восприятие чужака в качестве врага уходит корнями в родоплеменное общество человечества. Именно тогда закладывались социально-психологические механизмы «образа врага», как правило, вне своей

микросреды. Появились антитезы «мы – они», «свои – чужие», «племя – враг племени» [18].

Явления "чуждости" изучались целым рядом современных учёных. Социальные конструктивисты и феноменологи (А. Шютц, Н. Луман, Б. Андерсон, Б. Вальденфельс, П. Бергер и Т. Лукман и т.д.), чьи концепции широко распространены в современной науке, стремились, по сути, ответить на один вопрос: в результате чего в общественном сознании появляются образы "Своего" и "Другого". Исследователи, принадлежащие к принимаемому нами конструктивистскому подходу, считали идентичность конструируемым феноменом, как, впрочем и то, "отталкиваясь" от чего она конструируется (явления "Других" и "Чужих"), расходясь лишь в их источниках. По мнению указанных социологов, мир носит знаковый характер, которые каждый способен воспринимать и использовать по-своему. Через символы ("образы"), созданные самими людьми, они (люди) и познают этот мир (Г. Келли). Благодаря данному познанию, индивиды его, фактически, конструируют (П. Бергер, Т. Лукман) [19].

С точки зрения А. Шютца, "Мы" и "Они" группы формируется посредством коммуникации индивидов. А. Шютц приводит пример подобного конструирования образа "Другого". Так, например, для типизации объектов и оценки социальных действий каждый индивид использует ту шкалу измерений, которая характерна для его "домашней" группы. Эта группа может существенно отличаться от мира другой "домашней" группы. Отсюда и происходит то, что индивид из одной социальной группы ("домашней" группы) видит объекты иначе, чем человек из другой социальной группы. Согласно А. Шютцу, так и возникает "Мы"- группа, в которой индивид чувствует себя "своим" и как дома и "Они"- группа – иная, в которой сложно понять её членов, из-за чего, по мнению исследователя, и возникает опасение и недоверие.

Так, Российская газета противопоставляет постоянно проживающее население и гастарбайтеров, указывая, что они чужие. *«Гастарбайтеров в Москве и в самом деле очень много, гораздо больше, чем нужно городу. Отсюда беспокойство постоянно проживающего населения, доходящего порой до фобий перед чужими – с незнакомым укладом, неизвестными традициями»* [20].

Следующий контекст сообщений СМИ – социально-психологический, истоки которого коренятся в тяжелых жизненных ситуациях местного населения. В поисках выхода накопившимся негативным эмоциям люди обращаются к образу врага. Кого же еще винить в своих бедах, как не врага? И СМИ работают на создание этого образа, обвиняя мигрантов в захвате рабочих мест и других невзгодах местного населения. *«Население воспринимает мигрантов, если не как оккупантов, то как серьезных конкурентов на рынке труда»* [21]. Президент Торгово-промышленной палаты Евгений Примаков рассказывает о «захвате» мигрантами целых сфер хозяйственной деятельности [22]. Газета Казанские ведомости усугубляет проблему безработицы, связывая ее с миграцией. Вот кто виноват, вот кто отнял рабочие места. *«Про-*



блема с безработицей в Татарстане стоит остро. Несмотря на собственные трудовые ресурсы, только в 2010 году количество прибывших в РТ трудовых мигрантов из стран ближнего зарубежья составило 27 тысяч человек» [23].

Часто СМИ формируют правовой контекст, связанный с нарушением действующих законов. «На митинге представители инициативной группы рассказали о вопиющих фактах: изнасилованиях, ограблениях. Которые совершают приезжие» [5]. «Около 9 тысяч иностранцев за злостные нарушения миграционного законодательства были выдворены из РФ в 2010 году». «В национальных диаспорах мигрантов выросли свои криминальные авторитеты» [1]. «В целом по России неуклонно растет число преступлений, совершенных иностранцами».

Нельзя не заметить формирования морального контекста образа врага СМИ, апеллирующего к не соблюдению мигрантами ценностей, традиций и обычаев местного населения, что лежит в основе подозрительности, вражды к ним и разделению общества на группы «мы» – «они», «свои» – «чужие». «Деятели культуры требуют от С. Собянина запретить публичное убийство баранов в Курбан-байрам. Кровавые публичные жертвоприношения являются чужеродной традицией для России». Независимая газета подробно объясняет москвичам, чем занимаются мигранты: «Не надо плясать лезгинку по ночам, не надо стрелять в водителя московского троллейбуса и сжигать российский флаг» [24].

Под влиянием заинтересованных групп и определенных ситуаций образ врага можно создавать, реанимировать, придавать новую эмоциональную окраску. Так СМИ очень широко используют социальный контекст. 24 января 2011 года в Москве прогремел взрыв и образ кавказца, террориста, мигранта сразу же стал вполне зримым... «Опять же, почему контрразведка за годя не проработала потенциальных кандидатов в смертники? Ведь алгоритм вербовки в самоубийцы известен. Тем более, в последние три-четыре месяца наш спецназ проработал в горах Северного Кавказа очень продуктивно. Не исключено, кому-то захотелось отомстить»; «Рейсы с Северного Кавказа предписано досматривать и после приземления»; «Террористическая группа, которая организовала теракт, была моноэтнической – из региона Кавказа». До взрыва была гибель болельщика Егора Свиридова, застреленного "кавказцем [25]", которая вывела на площади толпы молодежи с лозунгами: "Россия для русских!". «Следы ведут на Кавказ...». «России нужно поскорее «избавиться от Кавказа» [24].

Следующий контекст, используемый практически всеми средствами массовой коммуникации – эмоциональный. Данный контекст придает сообщению положительную или отрицательную окраску, повышая рейтинг статьи. Как правило, эмоциональный тон публикации выделен заголовком: «Переселенцы все чаще спекулируют своим статусом», «Свой - чужой», «Люди не местные», «Нелегалам в Москве не место», «Досье на гастарбайтера», «Половина преступлений – на совести приезжих» и тому подобное.

Для усиления и придания значимости какой-либо партии СМИ используют политический контекст в сообщениях, т.е. выделяют определенные проблемы, которые решают политические структуры. Проблема органично перерастает в образ врага, с которым нужно бороться. Так, 17 февраля 2011 г. в Москве коммунисты (КПРФ) раздавали прохожим специальные выпуски газеты «Правда» и задавали вопросы, одним из которых был следующий: Согласны ли вы, что, в связи с усилением опасности терактов и роста преступности среди иностранцев необходимо прекратить трудовую миграцию из-за рубежа? Данный вопрос провоцирует и вызывает чувство опасности при слове миграция вообще. Показательно, что сами коммунисты признают, что в ста процентах случаев ответы были утвердительными.

Таким образом, мигранты в значительной степени под влиянием СМИ воспринимаются общественным сознанием как люди, противопоставленные требованиям закона, как враги и чужие. Постоянное присутствие врага исключает состояние мирного сосуществования, что вербально выражается языковыми средствами, предполагающими невозможность мира.

Журналисты используют приведенные выше контексты для создания новости, которая находит «живой» отклик у читательской аудитории, пробуждая стереотипное мышление.

Итак, можно обозначить дискурсивные стратегии конструирования негативного образа мигранта в СМИ:

1. Одним из наиболее часто используемых и эффективных приемов формирования социальных представлений читателей в отношении мигрантов является тенденциозное использование разнообразных статистических показателей, способных стимулировать чувства тревоги, опасности, недоверия и других отрицательных эмоциональных составляющих и стереотипных установок в отношении мигрантов.

2. Образ мигранта конструируется с помощью характеристик, вызывающих исключительно отрицательные эмоции: страх, отчуждение, неприятие или брезгливость, что независимо от исходной позиции автора работает на создание образа «чужого» и «врага». Некоторые авторы при описании жизни мигрантов стремятся уйти от негативных эмоциональных оценок и встают на позицию сочувствия, сострадания к тем трудностям и проблемам, с которыми они сталкиваются создают при этом так называемый «образ жертвы», что тоже не прибавляет симпатий местного населения к приезжим.

3. Конструирование образа государства, занимающего активную позицию в борьбе с врагом. Чтобы у простого читателя не возникло мыслей о безысходности своего положения, СМИ повествуют о бурной деятельности различных ведомств и структур. В статьях описываются количество пойманных нелегальных мигрантов, приводятся случаи их депортации, а также, случаи с раскрытием преступлений с участием мигрантов.

Таким образом, можно сказать, что в России сложились диаметрально противоположные формы отношения к миграции. Одни выступают за резкое ограничение миграционных потоков, видя в них неуправляемое социальное



зло, серьезную угрозу безопасности страны. Другие, наоборот, связывают с мигрантами надежды на решение многих экономических и демографических проблем. И та и другая точки зрения, во многом инициированы СМИ, поскольку конструированием феномена миграции, как социальной проблемы, в России занимаются как его сторонники, так и противники.

На наш взгляд, необходимо учитывать и изучать контексты сообщений в СМИ, чтобы понять процесс конструирования негативных образов миграции населения. Анализ показал, что СМИ чаще прибегают к деструктивным дискурсивным стратегиям, направленным на конструирование повышенной опасности, исходящей от мигрантов.

Причиной несовпадения конструируемого образа мигранта в федеральной и региональной прессе является, прежде всего, региональная специфика. А именно, проживание в Татарстане различных народов и конфессий, а также, активной политической позиции по созданию, поддержке и сохранению межнационального государства.

Роль СМИ при формировании российской миграционной политики должна заключаться, на наш взгляд, в взвешенном обсуждении реальных проблем, с которыми сталкиваются мигранты, в контроле за действиями тех служб, которые обязаны обеспечить соблюдение правового режима мигрантам. Именно СМИ должны помочь обществу наладить конструктивный диалог по этой серьезной социальной проблеме, в котором был бы слышен голос и тех, из кого сегодня делают врагов. Федеральной прессе следует обратить внимание на опыт региональных печатных изданий, в частности, Республики Татарстан в формировании толерантного отношения к приезжим.

Библиографические ссылки

1. Александр Ярошенко/ Гастарбайтеры/ Российская газета – Федеральный выпуск № 5361 (282). 14.12. 2010.
2. Бьют по площадям/Аргументы и факты, 22.12.2010. № 51.
3. Лидия Графова /Политика для Робинзонов/ Российская газета – Федеральный выпуск № 5367 (288). 21.12. 2010.
4. Тамара Шкель / Запоздалое признание/ Российская газета – Федеральный выпуск № 5351 (272). 02.12. 2010.
5. Ольга Игнатова, Ирина Пуля / С акцентом на работу/ Российская газета – Неделя № 5364 (285). 16.12.2010.
6. Приток мигрантов в Россию – вынужденная мера. Аргументы и факты, 16.12.2010. № 45.
7. Татьяна Смольякова / Мигранты в складчину/ Российская газета – Федеральный выпуск № 5368 (289). 22.12. 2010.
8. Почти половина трудовых мигрантов в столице не знает русского языка / Российская газета - www.rg.ru 20.12.2010.
9. Миграционные службы СНГ создадут единую базу данных / Российская газета. – [Электронный ресурс]. - Режим доступа: www.rg.ru/ - Дата обращения: 06.12.2010



10. *Марина Грицук* / Нянька с патентом / Российская газета – Федеральный выпуск № 5081 (2). 12.01. 2010.
11. *Владимир Путин*: перед законом все равны / Республика Татарстан. 18.12.2010, № 252 (26889), с.3.
12. «Многоликая Россия» назвала победителей / «Татар-Информ» / Республика Татарстан. 07.12.2010, № 244 (26881), с.1.
13. *Новый мир без культуры не построить* / Республика Татарстан. 11.12.2010, № 248 (26885), с.1.
14. *России необходима внятная национальная политика* / Республика Татарстан. 18.12.2010, № 252 (26889), с.2.
15. *Гамира Гадельшина* / Кто знает дорогу, тот не споткнется / Республика Татарстан. 09.12.2010, № 245-246 (26882-26883), с.16.
16. *Тридцать суток под Новый год* / Республика Татарстан. 16.12.2010, № 250-251 (26887-26888), с.3.
17. *Скребцова Т. Г.* / Образ мигранта в современных российских СМИ/ Политическая лингвистика.-Вып.3(23). Екатеринбург, 2007.- С.115-118.
18. *Гасанов И.Б.* Национальные стереотипы и «образ врага». – М., 1994. С 3–7, 23–39.
19. *Кармадонов О.А.* Семантика политического пространства. М., 1996. С. 124.
20. *Любовь Пятилетова*/Москвичи пяти морей// Российская газета. - № 5208 (129), 16.06.- 2010.
21. *Андрей Евланов* / Малый бизнес прирастет мигрантами. Российская Бизнес-газета № 777 (44). 23.11.2010.
22. *Марина Грицук* / Резюме для консула/ Российская газета – Федеральный выпуск № 5355 (276). 07.12.2010.
23. *Вакансия для безработного* // Казанские ведомости. - 23.12.- 2010. - № 191 (5161). -С. 19.
24. *Малашенко А.В.* 1:0 не в пользу власти // Независимая газета. -20.12.- 2010.
25. *Российская газета* - Федеральный выпуск. - № 5395 (19), 01.02.- 2011.
26. *Blumer, Herbert.* Social problems as collective behavior // Social problems. 1971. Vol. 18. P. 300.
27. *Fuller, Richard C.,Richard R. Myers.* The natural history of a social problem // American sociological review. 1941. Vol. 6. P.320.