

## Влияние масмедиа на брачную эмиграцию из России

Научный руководитель – Сивоплясова Светлана Юрьевна

*Мальцева Виолетта Валерьевна*

*Студент (магистр)*

Российский государственный социальный университет, Москва, Россия

*E-mail: violetta3@mail.ru*

Миграция населения - сложный по своей природе, многообразный по формам и последствиям социальный процесс. При этом, миграция оказывает огромное влияние на развитие общественного мнения, она сама испытывает воздействие политических, социально-экономических, демографических и иных трансформаций. Миграция является сложным процессом, который рассматривается с позиции экономики, социологии, права и демографии. Выделяют внутреннюю и внешнюю миграцию; миграцию отдельных групп населения (миграция трудовых ресурсов, интеллектуальная миграция, брачная миграция и др.)

Активизация миграционных потоков из России началась еще в начале 1980-х годов. Их «шквал» пришелся на вторую половину 1980-х годов, ближе к распаду СССР. Многие учёные, физики, химики, математики, биологи, спортсмены, музыканты в постсоветской России предпочли эмигрировать на Запад, к высоким и стабильным зарплатам, к престижным профессиям в обществе, востребованности.

В 2017 году Росстат отчитался о 377 тысячах человек, покинувших страну. Это рекордный показатель за последний период, который поддается сравнению. Число эмигрантов выросло в три раза по сравнению с 2012 годом [3].

Ежегодно, миграционные потоки не утрачивают своей популярности в российском обществе, а наоборот, обозначаются новыми направлениями.

Идет процесс массовой эмиграции из России всех категорий граждан. «Бежит» за рубеж, прежде всего, экономически активное население: люди в трудоспособном возрасте, от 30 до 45 лет. Это те люди, у которых есть профессиональные навыки, опыт работы, которые понимают, что они заслуживают в разы более высокую зарплату, а не ту, которую предлагают сегодня в России [1].

По большей части, именно от возраста зависит выбор вектора эмиграции. Молодым проще. Молодёжи можно поехать учиться в другую страну, в последствии остаться там жить и найти работу, заключить брак и обрести семью, получить ВНЖ или ПМЖ, гражданство.

Довольно важную роль в формировании мнения, интересов, сознаний, действий и поступков современного молодого поколения играет СМИ.

Источниками, которые могут повлиять на выбор россиян, могут служить - СМИ, интернет порталы, социальные сети и блоги, сайты знакомств, книги, журналы и газеты, друзья и знакомые.

Распространение информации через интернет, СМИ о финансовом потенциале и возможностей в других странах приводит к тому, что россияне не просто осознают себя бедными, но и понимают, что возможно поменять свое положение через миграцию в более богатые страны.

Российские граждане активно путешествуют по свету, а миллионы иностранцев приезжают в Россию. Таким образом и возникают интернациональные союзы мужчин и женщин.

Транслируемые брачно-семейные отношения в медиапродукции создают образ типизированного эталона семьи и брака, которые оказывают воздействие на сознание человека,

чем позитивнее и положительнее ведется речь о браке с гражданином своей страны, тем интерес будет увеличиваться, если же этот образ будет транслироваться в негативном ключе, интерес будет уменьшаться. СМИ создает комплекс стереотипов, в частности, моду на бездетность или многодетность, юридическое оформление браков или сожителство и прочие явления.

Из России эмигрирует ее генофонд, и это, несомненно, размывает, ослабляет русский этнос [2]. В СМИ зачастую не в положительном контексте ведется речь о русских мужчинах, о их несостоятельности, пагубном образе жизни и о внутренних конфликтах внутри уже созданных семей. Большинство уезжающих из России это девушки и женщины репродуктивного возраста от 18 и до 35 лет, которые хотят выйти замуж за иностранца.

На просторах интернета существует множество статей на темы: как найти иностранного мужа, как найти хорошее свадебное агентство, как не попасть в рабство выходя замуж за иностранца? Подобные статьи выглядят как инструкция, алгоритм по поиску зарубежного мужа. Издаются множество книг, таких как «101 совет как выйти замуж за иностранца» Елены Соломон, которые в свою очередь подталкивают девушек на брак с иностранным гражданином и эмиграцию в другую страну. Необходимо также распространять информацию о том, что союз с иностранным гражданином и последующая эмиграция в другую страну может быть не только сказкой, но и привлечь плохие последствия.

Уже давно существуют различные брачные агентства, которые помогают создавать такие интернациональные союзы. Политика брачных агентств отличается друг от друга: невеста может выкладывать свое резюме на сайте брачного агентства абсолютно бесплатно, в то время как жених может оплатить некоторую сумму, чтобы его резюме увидели потенциальные жены, может платить только девушка, которая находится в поиске будущего мужа иностранца или могут платить оба.

Рассматривая подробнее брачные агентства нужно быть осторожнее и внимательнее. Необходимо найти как можно больше информации об агентстве, удостовериться в наличии настоящих и счастливых союзов заключенных благодаря этому агентству. Ведь не редки и негативные последствия обращений в такие агентства.

Внимание и интерес к теме и проблемам семьи и брака уделяется в различных видах средств массовой информации, таких как радио, телевидение, пресса и интернет. Компания ResearchMe, партнер Mail.Ru Group по проведению маркетинговых исследований, выяснила как социальные сети влияют на общество. В результате исследования было опрошено 5000 человек старше 12 лет, было установлено, что достаточно внимания теме семьи и брака уделяется в сети Интернет (44,4%), вполне умеренно уделяется в телевидение (40,7%) и прессе (30,9%).

Стоит затронуть довольно популярный метод знакомств в интернете-это уже весьма обыденные социальные сети Instagram, Facebook и Вконтакте, которые тоже влияют на миграционные движения россиян.

Очень важно какой имидж брачно-семейных отношений создает нынешняя медиапродукция в России. СМИ влияет и определяет актуальные формы брачно-семейного поведения населения и браков на иностранных гражданах.

Прослеживается существенное противоречие в ценностных установках молодых людей: с одной стороны, на уровне сознания декларируется стремление к личной независимости, хорошим и стабильным межличностным отношениям, к созданию семьи и получению достойной работы; с другой стороны, просматривается четкая ориентация на западные (зарубежные) стандарты жизни. Телевидение в данном контексте играет существенную роль в формировании ценностных установок молодых людей. Поскольку молодежь достаточно обособлена в культурном плане от старшего поколения, то телевидение, использующее в своих трансляциях западные передачи и фильмы, успешно продвигает западный образ

жизни и восприятие мира.

Возможности пропагандирования у различных источников информации огромные: следует лишь снизить показ детективных историй, скандальных семейных сцен, идеального образа иностранца и т.п., а увеличить - поучительные истории о знакомстве и уходе за людьми, которые «правильно» прожили этот период и счастливую семейную жизнь на гражданине своей страны в дальнейшем.

### Источники и литература

- 1) 1. Ионцев В.А., Рязанцев С.В., Ионцева С.В. Новые тенденции и формы эмиграции из России // Экономика региона. — 2016. — Т. 12. — Вып. 2. — С. 499-509.
- 2) 2. Ростовская Т.К., Ростовская Н.А. Кросс-культурные браки в молодежной среде: проблемы, тенденции // Культурное наследие народов России. 2016. № 2. С. 78-83.
- 3) 3. Концепция государственной миграционной политики Российской Федерации на период до 2025 года [Электронный ресурс] // Справочная правовая система «Консультант Плюс». — Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_131046/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_131046/)