Дмитрий Тимошкин

РАЗНООБРАЗИЕ «ДРУГИХ»: ОБРАЗ «МОСКОВСКОГО МИГРАНТА» НА СТРАНИЦЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ПОИСКА GOOGLE, ЯНДЕКС И DUCKDUCKGOO

Формируемые российскими цифровыми медиа образы мигранта являются частой темой социологических исследований. Авторы посвященных теме работ описывают преимущественно ретранслируемые СМИ клише о приезжих из Центральной Азии. Нередко исследователи акцентируются на негативных стереотипах о мигрантах и их доминировании в медийном дискурсе. Представляется, что поисковые системы смогли переломить эту тенденцию: формируемый в общей выдаче поисковиков образ мигранта сложен, противоречив и изменчив. Картина, которую увидит пользователь, набравший в *Google*, Яндекс или *DuckDuckGo* слово «мигрант», может зависеть от множества случайностей: специфики работы конкретного поискового алгоритма, времени поступления запроса, местоположения пользователя. Цель статьи – сравнив формируемые популярными в России поисковиками комбинации изображений и текстов, установить сходства и различия образов «мигранта», которые из них складываются. Проверяемая гипотеза выглядит так: поисковые системы, следуя конъюнктуре момента и цензуре читательских ожиданий, формируют разные образы «мигранта», меняя комбинации схожих смысловых блоков (материальных объектов, пространственного контекста и человека в текстах и изображениях). Разница образов может зависеть от частоты выдвижения в «топ» поисковой выдачи материалов профессиональных СМИ и других факторов. Чтобы проверить эту гипотезу, я проанализировал поисковую выдачу систем *Google*, Яндекс и *DuckDuckGo* по запросу «Мигрант Москва». Работая с выдачей, я переходил от первой ссылки к последней, анализируя

Дмитрий Олегович Тимошкин – к.с.н., н.с., лаборатория исторической и политической демографии, Иркутский государственный университет, Иркутск, Россия; ст. н.с., лаборатория социально-антропологических исследований, Томский государственный университет. Электронная почта: Dmtrtim@gmail.com

репрезентации облика «мигранта», социального и пространственного контекста, в который тот был погружен. Образ «мигранта», создаваемый алгоритмами, складывается из нескольких блоков: «мигранта», «пустого знака», который обретает смысл, связываясь с предметами (униформой, оружием, рабочим инвентарем); пространственным контекстом (символически нагруженными местами, табличками на стенах ведомственных зданий, элементами интерьера); социальными качествами. Выстраивая эти блоки в разной последовательности, поисковые алгоритмы формируют целостный образ, который, впрочем, меняется, в зависимости от выбора поисковой системы. Образы «мигранта» можно разделить на следующие категории: человека, сталкивающегося с бюрократическим давлением, объекта жалости и сочувствия, скрытой угрозы и необходимой, неотъемлемой части повседневности.

Ключевые слова: мигрант, Москва, медиа, образ, поисковая система, «чужак»

DOI: 10.17323/727-0634-2020-18-4-641-656

Важность средств массовой коммуникации как социального медиатора трудно оспаривать. Медиа не только воспроизводят стереотипные социальные сценарии (Ван Дейк 1989: 128), но и манипулируют ими. Тщательный подбор слов при выстраивании ассоциативного ряда, изменение контекста и демагогические приемы – все это, облеченное в форму медийного высказывания, становится эффективным инструментом воздействия на общественное мнение (Ван Дейк 2013: 139). СМИ указывают, насколько произошедшее достойно внимания (McCombs, Shaw 2017), а событие, не попадающее в медийную повестку дня, будто бы и не существует вовсе.

С переходом медиа «в цифру», повестка дня все больше сводится к комбинации ссылок на тексты и изображения, составляемой крупнейшими поисковыми системами в ответ на пользовательский запрос. IT-гиганты пытаются взять на себя функцию управления самонаблюдением общественной системы (Луман 2005: 151), по сути, процессом производства повседневного знания (Бергер, Лукман 1995: 44). На официальной странице Google (Google.com 2020) говорится, что релевантность информации оценивается не только по наличию на странице указанных пользователем ключевых слов, но и «на основе <...> данных о том, как пользователи взаимодействуют с результатами поиска», местоположения пользователя и других факторов (Support.google.com 2020). Создатели Яндекс утверждают, что их поисковые алгоритмы позволяют считывать намерения пользователя (Yandex.ru 2020). В их представлении релевантность – это соответствие ответа коллективным ожиданиям множества пользователей, выраженных в той или иной реакции на результаты поиска. Следование цензуре пользовательских ожиданий и предпочтений в той форме, в которой их видят создатели поисковых алгоритмов, называют «пузырем фильтров» (Pariser 2012).

Самовоспроизводство повседневного знания при посредничестве цифровых технологий вовсе не означает превращение его в жесткую конструкцию, обладающую абсолютной властью творить реальность (Луман 2005: 144). Поисковые системы регулярно подозреваются в следовании конъюнктуре момента (Regnum.ru 2018; Guardian 2016), попытках установить монополию на производство смыслов за счет манипулирования поисковой выдачей (Wall Street Journal 2019). Тем не менее, вопрос о том, насколько такие манипуляции ограничивают свободу пользователей в выборе информации и как это может повлиять на их поведение остается открытым (Pariser 2012; Borgesius et al. 2016; Haim et al. 2017; Min et al. 2019). Часть исследователей утверждает, что манипуляции с выдачей не могут оказывать влияния на картину мира пользователей, которые без труда могут найти альтернативные источники информации. Другие говорят о том, что поисковые алгоритмы искажают социальную реальность, подсовывая пользователям конъюнктурные представления о ней и исключая те, что, по тем или иным причинам (цензура, корпоративные интересы, и т.д.) не вписываются в них. Здесь я попробую выяснить, может ли случайный выбор поисковой системы менять социальную реальность, используя, в качестве примера, образ «Московского мигранта», формируемый на странице результатов поиска трех разных поисковиков.

«Другой» на странице результатов поиска: гипотеза и метод

Гипотеза заключается в том, что следование поисковиков конъюнктуре момента и цензуре пользовательских ожиданий парадоксально приводит к плюрализму образов. Выстраивая разные комбинации изображений и текстов в топе поисковой выдачи, системы будут формировать противоречивые и изменчивые образы, которые могут быть более гибкими, чем присутствующие в профессиональной публицистике. Ответ, который получит пользователь, образ, с которым он столкнется, может меняться в зависимости от выбора поисковой системы, времени поступления запроса и множества других факторов.

Чтобы проверить гипотезу, проанализируем поисковую выдачу *Google*, *Яндекс* и *DuckDuckGo* по запросу «Мигрант Москва». Слово «мигрант» выбрано потому, что в разных обществах оно часто обозначает человека, выпадающего из социального порядка, «прерывающего рутину существующей привычки» (Парк 2013: 226). Использование второго ключевого слова обусловлено тем, что именно из ЦФО (в сравнении с другими регионами) исходит большая часть запросов, содержащих слово «мигрант», как по данным *Яндекса* (Wordstat.Yandex.ru 2020), так и *Google* (GoogleTrends 2020).

«Мигрант» рождает бурные обсуждения внутри принимающего общества, попытки категоризации, страхи, подозрения, которые воплоща-

ются в масс-медийных текстах (ван Дейк 2013: 81). Россия не является исключением. С 1 января 2020 г. создано более тринадцати тысяч медиа-сообщений, содержащих ключевое слово «мигрант» (News.Yandex.ru 2020). За февраль 2020 г. только к Яндекс поступило около 140 тысяч соответствующих запросов (Wordstat.Yandex.ru 2020), не считая схожих по смыслу, вроде «иностранный гражданин в России». Самыми популярными среди них стали «мигранты+в+России», «мигранты+2020», «трудоустройство+мигранты» и «мигранты+сколько».

Мигранты в российских СМИ являются излюбленной темой для социальных исследователей. Общей чертой многих посвященных этой теме работ становится акцент на негативных коннотациях, присущих медийным конструктам. Снова и снова социологи отмечают, что «мигрант» в СМИ представляется объектом постоянных подозрений (Ивлева, Тавровский 2019: 160; Бодрунова и др. 2018), пассивным объектом, но в то же время – постоянным раздражителем (Нам и др. 2017: 189; Кондаков 2015). СМИ из года в год проблематизируют миграцию (Скребцова 2007), используя для ее описания милитарную метафору (Веснина 2009), исключая «мигранта» из представлений о социальной норме.

Здесь будет определено, насколько медийная повестка актуальна для случайной выдачи трех поисковых систем – *Google*, Яндекс и *DuckDuckGo*, для этого будут установлены сходства и различия формируемых разными алгоритмами образов. Первый и второй поисковик выбраны из-за популярности, третий – из-за декларируемого отказа от отслеживания пользовательской активности. В каждую систему вводился запрос «мигрант+Москва». Просматривались и анализировались результаты выдачи, как с применением фильтра «изображения», так и с отключенными фильтрами. В первую очередь исследовалась общая поисковая выдача, так как она представляет собой изменчивую комбинацию из всех категорий, которые при желании отделяются от других с помощью поисковых фильтров (профессиональные публицистические тексты, сообщения социальных медиа, изображения, видео, карты). Работая с выдачей, я переходил от первой ссылки к последней, анализируя содержимое по следующим критериям: облик «мигранта», социальный и пространственный контекст. Глубина проникновения в результаты выдачи ограничена 20 ссылками, так как большинство пользователей (Moyle 2014) не идут дальше двух первых страниц. Процедура повторялась дважды, зимой 2019–2020 гг. и в июне-июле 2020 г. Все поисковые запросы вводились через браузер Firefox, в режиме приватного просмотра. Также менялось при вводе одного и того же запроса, географическое положение пользователя, с помощью ВПН Windscribe чтобы понять, насколько этот фактор важен.

Чтобы минимизировать влияние поисковых фильтров на результаты, в настройках отключены функции «безопасный поиск»; в *Google* выбрана опция «не показывать персональные результаты»; в настройках поиска

Яндекс отключена функция «показывать сайты, на которые вы часто заходите»; отключены фильтры.

Визуальность «мигранта»: открытые пространства и встречи с бюрократией

Большинство изображений в топе выдачи всех трех систем сопровождаются сообщениями СМИ, мигранты за редкими исключениями представлены как группы мужчин средних лет. На фото в выдаче *Google* (Колокол России 2018) границы толпы теряются за пределами кадра, Яндекс демонстрирует группы в несколько человек, *DuckDuckgo* – отдельных людей и небольшие группы, а также – карты (Livejournal 2020). Образ статичен во времени, некоторые изображения остаются в топе выдачи на протяжении всего рассмотренного периода (Газета.ru 2015; Politicus.ru 2013).

Неотъемлемой частью визуального образа становится пространственный контекст. В абсолютном большинстве случаев «мигранты» находятся на открытых пространствах – улицах, площадях и стройплощадках. Помещения встречаются гораздо реже и их набор ограничен. Это рабочие места (Мигранты.Москва 2020), здания, в которых угадываются полицейские участки или суды (Newsland 2020), тесные, неблагоустроенные каюты (МК.RU 2019а). Частым элементом визуального образа становится Красная площадь, в феврале 2020 г. среди первых 20 результатов выдачи Яндекс локальность фигурирует на шести фотографиях, на четырех фото в выдаче *Google* и на трех в *DuckDuckgo*. Снимки, содержащие элементы Красной площади, сопровождают разные по содержанию тексты: о «мигрантской» инфраструктуре Москвы (Zen.Yandex.ru 2018), описание Москвы глазами мигрантов (Ia-centr.ru 2017), статью о вкладе мигрантов в городской бюджет (Газета.ru 2015). К июлю 2020 г. это соотношение практически не изменилось для *Google* и Яндекс, при этом Красная площадь исчезла из топа выдачи *DuckDuckgo*.

Оптика фотографов, чьи работы попадают в топ, чаще всего фиксирует мигранта только в контексте рабочих мест, административных учреждений или публичных пространств, и почти никогда в быту, в кругу семьи, в образовательных учреждениях, местах развлечений. Мигрант становится человеком публичных пространств, не имеющим приватности и потому обезличенным. Образ дополняется пользовательскими картами, на которых обозначают «мигрантские» территории Москвы. Одну из таких карт показывает *Google*, она представляет собой план города с размещенными на нем флажками Азербайджана, Вьетнама, Китая, Молдавии, Таджикистана с короткими пояснениями. К примеру, Азербайджанцев пользователь поместил в следующие локальности:

м. Аэропорт. Основное место – около азербайджанского культурного центра – кинотеатра «Баку», который является для них традиционным

местом проведения праздников и неформальных встреч. м. Кутузовская. Ресторан «Баку». <...> Солнцево. Кинотеатр «Солнцево» и ресторан рядом (Де Марко), там собираются бизнесмены средней руки, там же можно встретить широкий слой бывших и действующих солнечных-братков. м. Савеловская. Кинотеатр «Прага» (jplus.ru 2019).

Таджики, кыргызы и узбеки выделены в группу «гастарбайтеры», их разместили «на Ленинградке и Ярославском шоссе, где есть рынки найма гастарбайтерской силы» (там же). Автор определил свою карту как предостережение москвичам и как приглашение к обсуждению того, кто же, собственно, является «мигрантом» и что такое «диаспора».

Изображения включают и набор предметов-маркеров, позволяющих считывать драматургию момента. Например, рабочие робы (Rambler.ru 2020), полицейская форма, большие сумки, малиновые жилеты «ФМС» (НТВ 2015), рабочий инвентарь, решетки, наручники (Царьград 2020). Раскрывают момент и позы действующих лиц, когда, например, молодые мужчины стоят лицом к стене, широко расставив ноги и заведя руки за спину.

Короткие текстовые аннотации сообщают разные смыслы визуальному ряду. Фото женщины в платке и «неславянского» вида мужчины с ребенком на руках приобретает новое значение, если прочитать сопутствующий заголовок: «Мигранты обустривают "свою" Москву» (Zen.Yandex.ru 2019). В нем присутствует отсылка к конфликту за право на город, и пользователи, судя по обилию ксенофобских комментариев, явно ее замечают.

Одной из самых легко считываемых ситуаций является контакт с бюрократией. Позы участников, их одежда, бумаги, которые они держат в руках, позволяют без труда распознать на фото «проверку документов», «обыск» и другие процедуры. Можно привести еще три типа ситуаций, в которых представлены «мигранты»: «молитва» (группа молодых мужчин находится в молитвенной позе «сажда»); «физический труд» (молодые мужчины в рабочих робах, с лопатами в руках, в касках или монтажных поясах); «движение» (толпа молодых мужчин движется мимо наблюдателя).

Поисковики формируют разные социально-пространственные контексты, комбинируя социальные и пространственные блоки в текстах и изображениях. Так, в июле 2020 г. *DuckDuckGo* чаще других выводит в топ сцены контакта с бюрократией: проверка документов, допросы и аресты, *Google* не приводит подобных фотографий вовсе. Зимой 2020 г. соотношение было иным: *Google* и *DuckDuckGo* выдавали подобные результаты, Яндекс – нет.

В некоторых случаях поисковая система приводит несколько изображений, игнорируемых другими, которые, в то же время, существенно корректируют образ «мигранта». Так, в первой сотне результатов выдачи *Google* и *DuckDuckGo* можно найти иллюстрации из выпущенного мэрией Москвы комикса для мигрантов, которые не встречаются в выдаче Яндекс. На изображениях (NTV.ru 2019) представлены трое бородатых мужчин

в шлемах и кольчугах, напоминающих героев популярного российского мультфильма про трех богатырей, и женщина в кокошнике, на фоне собора Василия Блаженного. Все четверо очень серьезные, над их головами размещен логотип мэрии и заголовок «о правилах поведения мигрантов в городе Москве». Три богатыря вызывают ассоциации с «защитниками земли русской», они стоят за спиной женщины в кокошнике, закрывая от наблюдателя Кремль. В этом изображении угадывается все тот же популярный в поисковой выдаче сюжет проверки документов, стилизованный под комикс. Предполагалось, что его будут раздавать в миграционных центрах, и аудиторией будут мигранты, только-только приехавшие в Москву, прежде всего – «нелегальные мигранты» (BBC.com 2017).

Образ «мигранта» также может меняться при погружении в поисковую выдачу. К «проверке документов», движению по открытым пространствам и физическому труду прибавляются митинги (Rustelegraph.ru 2014), школьные занятия (Refugee.ru 2015), миграционные центры (Radiokp.ru 2020). К загорелым мужчинам в рабочей одежде –эксперты (EUSP.ru 2014) и чиновники (TASS.ru 2019), комментирующие миграционную политику. Формируя визуальность «мигранта», поисковые системы манипулируют одним и тем же набором социальных ситуаций, персонажей и пространств. Элементы не меняются со временем, меняются их комбинации. Именно это, а также изображения, почему-то игнорируемые теми или иными системами, определяет уникальность образов «мигранта» в разных поисковиках. Так, только в топе выдачи Яндекс можно увидеть несколько семейных снимков молодых пар с детьми (Nazaccent.ru 2013), DuckDuckgo игнорирует иллюстрации комикса с богатырями и Кремлем. Переключаясь между разными системами, можно представить мигранта в виде угрожающей толпы на Красной площади, или уставшего человека в рабочей робе, или как молодую семью.

Образ «мигранта» может определять и то, как организована сама страница результатов поиска. Например, Google и DuckDuckgo выводят короткие текстовые аннотации вместе с изображениями, чтобы увидеть подпись в Яндекс, нужно навести курсор на фото и подождать секунду. В результате идентичные фотографии толпы на красной площади в Яндекс и Google могут считываться по-разному, если в одном случае фото подписано «Москва захлебывается в потоке мигрантов», то в другом подпись отсутствует.

«Мигрант» в стандартной поисковой выдаче: скрытая угроза и гуманизация

Автоматически сгенерированные страницы результатов поиска содержат ссылки к профессиональным публицистическим текстам, социальным медиа и многочисленным сайтам компаний, оказывающих услуги мигрантам. До эпидемии COVID весной 2020 г. стандартная выдача Google содержала

множество статей, воспроизводящих многократно описанные исследователями смысловые блоки: мигрант как угроза порядку вещей, как элемент, выпадающий из привычной структуры повседневности и потому являющийся объектом постоянных подозрений. Исключение составили аналитические заметки в Википедии (Wikipedia.org 2019) и сайте «Форума переселенческих организаций» (Migrant.ru 2019), посвященные изменениям миграционного законодательства в России. Все остальные позиции выдачи *Google* были заняты сообщениями СМИ, общий сюжет которых – барьер между наблюдателем и «мигрантом»: авторы представляли последних как закрытое и скрытое сообщество, причем журналисты выступали проводниками в этот скрытый мир, демонстрируя читателю точки, в которых «мигранты» выходят на поверхность Москвы: мечети, дискотеки и кафе «для своих», подвалы, а также «торгово-ярмарочный комплекс на Юго-Востоке». «Мигрант» здесь – пограничная группа, причем как в географическом, так и в социальном измерении. Он выносится на социальную периферию и на периферию пространственную, разрываясь между Москвой и «Родиной», на которую, по мнению журналистов, мигрант всегда хочет вернуться.

Зимой 2019–2020 гг. выдача *Google* содержала криминальную хронику, сообщения про похищение «дикими кавказцами» москвича, убийства спортсмена «нацменами», «чистку» города в новогоднюю ночь от «нелегальных мигрантов из Средней Азии». Публицистические статьи, вроде «Тысячи на одну квартиру. Как Москва борется с гастарбайтерами-нелегалами» (RIA.ru 2019), представляли мигранта как скрытую посреди «своей» Москвы угрозу. Сопровождающие текст иллюстрации акцентировались на отделяющих «мигранта» от социальной нормы границы: элементом «мигрантской» ситуации на них становились люди в форме с собаками, теснота, толстые разделительные стекла приемных, решетки, наручники.

Журналисты пытаются возбудить любопытство читателя обещанием погружения в мир, о котором он даже не подозревал. Снова и снова они повторяют слова экспертов о «скрытых мигрантах», статистика «них» не видит, потому что «они» скрываются. Из одного текста в другой кочует цифра «пять миллионов» (МК.ru 2019б) невидимых и потому опасных «мигрантов», проживающих в одной только Москве. «Мигрант» возникает в повестке дня не в тот момент, когда пересекает границу, а когда один из множества наблюдателей решает поместить на «рабочего» или «таксиста», увиденного им на улице, соответствующий маркер. В этот момент оптика наблюдателя меняется, одна категория накладывается на другую, и журналист внезапно «обнаруживает», что окружен не рабочими и таксистами, а «мигрантами».

Парадоксально, мигрант российской публицистики все больше становится привычной частью повседневного социального ландшафта: настолько, что его исчезновение может оказаться более заметным, чем появление (MN.ru 2013). Исчезновение предполагает слом устоявшегося порядка вещей, где «мигрант» является обслуживающим персоналом, нанимателем жилых

помещений или разнорабочим. Авторы цикла статей об исчезновении мигрантов из Москвы делают шаг, на который не решаются их коллеги: при посредничестве своих респондентов-москвичей они проводят знак равенства между «мигрантом» и «человеком из регионов» (MN.ru 2013). Мостом между ними становится бедность, а также предполагаемая авторами «естественная» роль: прислуживать российской столице и ее жителям. Появляясь на границе видимого, «мигрант» перестает быть и экзотикой, и оккупантом, становясь прислугой. В этот момент он приобретает важную функцию – инструмента самоидентификации «москвичей» как тех, кто не пойдет работать на занимаемые «мигрантами» должности.

Выдача Яндекса и *DuckDuckgo* зимы 2019–2020 гг. существенно отличалась от результатов *Google*. За единичными исключениями ее составляли ссылки на общественные и государственные организации, оказывающие правовую поддержку мигрантам. Здесь образ составляется совершенно из других элементов. Это полисы, паспорта, справки, иногда – сотрудники ныне не существующей УФМС, которых можно отличить по малиновым жилетам с соответствующей надписью, дорожные знаки *STOP* на фоне Кремля. Девять из десяти ссылок на первой странице выдачи вели на сайты, содержащие разборы изменений миграционного законодательства, новых форм уведомлений, приказов МВД, изменений порядка предоставления разрешения на временное проживание. Переключаясь между разными поисковыми системами, можно было увидеть миграцию с двух ракурсов: журналистов, бюрократов, в некоторых случаях экспертов, экзотизирующих миграцию, и самого «мигранта», основной заботой которого становится легализация, работа, жилье.

К лету 2020 г. содержание выдачи осталось неизменным в том, что касается центров юридической помощи, однако поменялось содержание публицистических текстов, как и прежде, составляющих немалую часть первых страниц *Google*. Лишь некоторые содержали стандартные блоки – «мигрантскую» преступность (IZ.ru 2020) и боязнь другого (KP.ru 2016), остальные тексты были посвящены проблеме *COVID*: массовому сокращению рабочих мест среди мигрантов (KP.ru 2020), трудностям с пересечением границ (RIA.ru 2020), отсутствию средств к существованию (Новая Газета 2020).

Изменилась коннотация образа, теперь мигрант вызывает не подозрения, а сочувствие: «оставленные», «брошенные», «без работы и без родины» – слова, новые для медийных сообщений миграционной тематики, по крайней мере, для некоторых изданий. Авторы, описывающие трудности, с которыми приезжие столкнулись во время эпидемии, цитируют мигрантов, обретающих благодаря этому не только голос, но и лицо. Мигрант теперь не только молодой подозрительный мужчина, но и ребенок, и женщина, не только рабочий, но и студент. Помимо работы, у них появляются дом, семьи, обычные человеческие проблемы, страхи и желания.

Выдача Яндекс и *DuckDuckGo* изменилась мало, как и прежде, львиная доля ссылок приводит к «мигрантским» ресурсам: юридическим фирмам и агрегаторам тематических новостей о законодательных изменениях. Большинство текстов из выдачи агрегаторов также связаны с темой эпидемии. В остальном юридические сайты предлагают те же услуги, что и ранее – оформление РВП, помощь в получении гражданства, патентов, и улаживании прочих формальностей.

Заключение

Поисковые алгоритмы формируют образ «мигранта», который складывается из нескольких блоков. Первый блок это, собственно, пустой знак «мигрант», остальные блоки содержат наполняющие его смыслом детали: предметы (униформа, оружие, рабочий инвентарь); пространственный контекст (символически нагруженные места, таблички на стенах ведомственных зданий, элементов интерьера, позволяющих определить и назвать декорации, а затем – исполняемые в них роли); другие социальные маркеры (положение тела, мимика, пол, жесты). Располагая блоки в определенной последовательности, поисковые системы формируют целостный социально-пространственный образ. Он неоднороден, можно выделить как минимум два типа, в зависимости от выбора поисковой системы: экзистенциальный «чужак», угроза, размывающая границы между социальными категориями (Гусев 2009), ассимилированный «другой», из угрозы трансформирующийся в обязательную деталь повседневности.

В зависимости от времени и выбора поисковика меняется и визуальность мигранта. Одни системы чаще выводят в «топ» изображения, считающиеся как контакт с бюрократией, другие вовсе их игнорируют; некоторые изображают мигранта как толпу, другие – как отдельных людей. Существенна и разница в общей выдаче: одни поисковики демонстрируют информацию для мигрантов, другие – про мигрантов. В этом случае разница образов обусловлена невысказанным предположением алгоритма о том, кто именно вводит запрос «мигрант Москва» – т.н. мигрант, или т.н. местный. Если поисковая система предполагает, что автор запроса – «местный», то она приводит сообщения, в которых «мигрант» представлен как участник борьбы за «право на город» (Харви 2018), если она считает, что «мигрант» – приводятся виртуальные приемные юристов.

Возможно, одной из причин такой неоднородности является частота размещения в «топе» профессиональных публицистических текстов. Формируемый медиа-образ, судя по работам российских исследователей, не меняется десятилетиями, и чем больше его присутствие в выдаче, тем более консервативен образ мигранта. Впрочем, поисковые системы ломают эту тенденцию под влиянием текущих событий. Так, во время эпидемии «мигрант» в СМИ гуманизируется, обретает множество деталей и под-

робностей. Вероятно, стандартной криминальной хроники, построенной на милитарных метафорах и ксенофобии, по-прежнему производиться много, однако поисковая система реже выводит ее на первые позиции. Например, поиск по ключевым словам «мигрант Иркутск» в *Google* показывает, что большую часть «топа» выдачи как и прежде составляют новости о задержании мигрантов, совершенных ими преступлениях, ужесточении контроля.

В любом случае, поисковые алгоритмы размывают стереотипные публицистические образы миграции, которые меняются не только в зависимости от выбора поисковой системы, но и от времени поступления запроса. Разница в выборе может обуславливать существенные отличия в социально-пространственных контекстах миграции, а простое переключение между разными поисковыми системами потенциально может повлечь за собой переосмысление стереотипных конструкций. Возможно, такая плюралистичность является парадоксальным следствием «пузыря фильтров», о котором говорилось во введении. Следуя за изменчивыми читательскими ожиданиями, поисковые системы фрагментируют образы, добавляют, удаляют и перемешивают их элементы.

Выражение признательности

Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда (проект No 18–18–00293).

Материалы для анализа

Газета.ru (2015) *Москва богатеет на мигрантах*. Доступно по ссылке: <https://www.gazeta.ru/businas/2015/10/29/7852091.shtml> (дата обращения: 30 декабря 2019).

Колокол России (2018) *Москва захлебывается в потоке мигрантов*. Доступно по ссылке: <https://clck.ru/RTmkx> (дата обращения: 30 декабря 2019).

Мигранты.Москва (2020) *Изображение*. Доступно по ссылке: <https://clck.ru/RTmni> (дата обращения: 10 июля 2020).

МК.ru (2019а) *Тайная жизнь мигрантов в Москве: Холодильник с мылом, киргизская дискотека*. Доступно по ссылке: <https://clck.ru/FvBhy> (дата обращения 30 декабря 2019).

МК.ru (2019б) *Мигранты пришли в Москву всерьез и надолго: Ураза-Байрам каждый день*. Доступно по ссылке: <https://clck.ru/RTmpU> (дата обращения 30 декабря 2019).

Новая Газета (2020) *Запертые в Москве*. Доступно по ссылке: <https://clck.ru/Мух5С> (дата обращения: 10 июля 2020).

НТВ (2015) *В Москве задержаны 500 мигрантов по делу о нападении на женщин*. Доступно по ссылке: <https://www.ntv.ru/novosti/1553637/> (дата обращения 12 июля 2020).

Царьград (2020) *Мигранты в Москве стали подделывать справки с работы*. Доступно по ссылке: <https://clck.ru/RTmqj> (дата обращения: 10 июля 2020).

BBC.com (2017) *Мэрия Москвы нарисовала комикс с правилами поведения мигрантов*. Доступно по ссылке: <https://www.bbc.com/russian/features-38613216> (дата обращения: 30 декабря 2019).

Eusp.org (2014) *Мигранты в Москве/Мигранты в Париже: сравнивая полевые исследования*. Доступно по ссылке: <https://eusp.org/news/migrants-moscow-paris> (дата обращения: 30 декабря 2019).

GoogleTrends (2020) *Мигрант*. Доступно по ссылке: <https://clck.ru/RTmrt> (дата обращения: 30 декабря 2019).

Google.com (2020) *Принципы работы алгоритмов Google поиска*. Доступно по ссылке: <https://www.Google.com/search/howsearchworks/algorithms/> (дата обращения: 30 декабря 2019).

Ia-centr.ru (2017) *Москва глазами мигрантов: Город надежд, опасностей и карьерных возможностей*. Доступно по ссылке: <https://clck.ru/RTmsB> (дата обращения: 30 декабря 2019).

IZ.ru (2020) *Несколько мигрантов сбежали из полиции в Тверской области*. Доступно по ссылке: <https://clck.ru/RTmsj> (дата обращения: 12 июля 2020).

Jplus.ru (2019) *Москва мигрантская*. Доступно по ссылке: <https://www.ljplus.ru/img4/l/e/leteha/ml.jpg> (дата обращения 30 декабря 2019).

KP.ru (2016) *Мэр Москвы поручил закрыть миграционный центр в Царицыно из-за жалоб горожан*. Доступно по ссылке: <https://www.msk.kp.ru/daily/26338/3224788/> (дата обращения: 10 июля 2020).

KP.ru (2020) *Эксперт: 74 % московских мигрантов во время карантина остались без работы*. Доступно по ссылке: <https://www.msk.kp.ru/daily/27153.3/4248627/> (дата обращения: 10 июля 2020).

Livejournal (2020) *Где в столице предпочитают селиться мигранты*. Доступно по ссылке: <https://clck.ru/RTmtk> (дата обращения: 10 июля 2020).

Migrant.ru (2019) *Москва*. Доступно по ссылке: <https://migrant.ru/tag/moskva/> (дата обращения: 30 декабря 2019).

MN.ru (2013) *Москва без мигрантов. Аренда недвижимости*. Доступно по ссылке: <http://www.mn.ru/moscow/88400> (дата обращения 30 декабря 2019).

Nazaccent.ru (2013) *ФМС: в центре Москвы зарегистрировано больше приезжих, чем на окраинах*. Доступно по ссылке: <https://clck.ru/RTmva> (дата обращения: 10 июля 2020).

News.yandex.ru (2020) *Результаты поиска*. Доступно по ссылке: <https://clck.ru/RTmvg> (дата обращения: 30 декабря 2019).

Newsland (2020) *Мигранты устроили драку в Москве из-за 100 рублей*. Доступно по ссылке: <https://clck.ru/RTmwP> (дата обращения: 12 июля 2020).

NTV.ru (2019) *О правилах поведения мигрантов в Москве*. Доступно по ссылке: <https://clck.ru/RTmx2> (дата обращения: 30 декабря 2019).

Politicus.ru (2013) *В центральном административном округе Москвы прописано мигрантов больше, чем сограждан*. Доступно по ссылке: <https://clck.ru/RTmz8> (дата обращения: 30 декабря 2019).

Radiokp.ru (2020) *Золотые гастарбайтеры: мигранты пополняют бюджет Москвы на миллиарды*. Доступно по ссылке: <https://clck.ru/RTmzv> (дата обращения: 30 декабря 2019).

Rambler.ru (2020) *Мигранты в Москве самоизолировались в мусорке*. Доступно по ссылке: <https://clck.ru/RTn2b> (дата обращения: 10 июля 20).

Refugee.ru (2015) *«Москва для москвичей»: почему детей мигрантов начали отчислять из российских школ*. Доступно по ссылке: <https://clck.ru/RTn38> (дата обращения: 30 декабря 2019).

Regnum.ru (2018) *Рукотворные роботы Яндекса атакуют! – и переворачивают Россию*. Доступно по ссылке: <https://clck.ru/RTn3U> (дата обращения 30 декабря 2019).

RIA.ru (2019) *Тысячи на одну квартиру. Как Москва борется с гастарбайтерами-нелегалами*. Доступно по ссылке: <https://ria.ru/20190906/1558367224.html> (дата обращения: 30 декабря 2019).

RIA.ru (2020) *Куда денутся трудовые мигранты в период массовой самоизоляции*. Доступно по ссылке: <https://ria.ru/20200403/1569510481.html> (дата обращения: 08 июля 2020).

Rustelegraph.ru (2014) *Таджики обещают провести 100-тысячный митинг в Москве*. Доступно по ссылке: <https://clck.ru/RTn3x> (дата обращения: 30 декабря 2019).

Support.google.com (2020) *Взаимодействие: определение*. Доступно по ссылке: <https://clck.ru/RTn4Z> (дата обращения 30 декабря 2019).

TASS.ru (2019) *Собянин: число совершенных мигрантами преступлений в Москве сократилось до 14 %*. Доступно по ссылке: <https://tass.ru/moskva/7052538> (дата обращения: 30 декабря 2019).

Wikipedia.org (2019) *Гастарбайтеры в России*. Доступно по ссылке: <https://clck.ru/EiH5z> (дата обращения: 30 декабря 2019).

Wordstat.yandex.ru (2020) *Мигрант*. Доступно по ссылке: <https://clck.ru/RTn5Q> (дата обращения: 30 декабря 2019).

Yandex.ru (2020) *Технологии/Спектр*. Доступно по ссылке: <https://clck.ru/RTn5g> (дата обращения: 30 декабря 2019).

Zen.Yandex.ru (2018) *Киргизы. Как мигранты обустривают под себя нашу столицу?* Доступно по ссылке: <https://clck.ru/RTn6V> (дата обращения: 25 августа 2020).

Список источников

Бергер П., Лукман Т. (1995) *Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания*. М.: Медиум.

Бодрунова С. С., Смолярова А. С., Ачкасова В. А., Блеканов И. С. (2018) Кто виноват? Паттерны присвоения вины и ответственности в сетевых дискуссиях об иммигрантах в России и Германии. *Журнал исследований социальной политики*, 16(4): 627–644.

ван Дейк Т. (1989) *Язык, познание, коммуникация*. М.: Прогресс.

ван Дейк Т. (2013) *Дискурс и власть*. М.: Либроком.

Веснина Л. (2009) Милитарная метафора, представляющая образ мигранта в отечественных СМИ. *Лингвокультурология*, (3): 29–34.

Гусев А. (2009) Маргинализация и космополитизм: взгляды современных теоретиков на социальные последствия интенсификации пространственных перемещений. *Социологическое обозрение*, 8 (2): 72–79.

Ивлева И. В., Тавровский А. В. (2019) Образы трудовых мигрантов в российских массмедиа. *Этнографическое обозрение*, (1): 149–165.

Кондаков А. (2015) Отражение миграционной политики в официальной прессе: субъекты в медиа. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 12. Психология. Социология. Педагогика*, (1): 147–154.

Луман Н. (2005) *Реальность масс-медиа*. М.: Праксис.

Нам И. В., Карагеоргий Е. М., Ермолова А. И., Никитина Е. В. (2017) Конструирование образа трудового мигранта в региональных СМИ (на примере Томска). *Сибирские исторические исследования*, (1): 166–191.

Парк Р. Э. (2011) *Избранные очерки. Человеческая миграция и маргинальный человек*. М.: ИНИОН РАН.

Скребцова Т. (2007) Образ мигранта в современных российских СМИ. *Политическая лингвистика*, 3 (23): 115–118.

Харви Д. (2018) *Социальная справедливость и город*. М.: НЛЮ.

Borgesius F. J., Trilling D., Moller J., Bodo B., Vreese de C. H., Helberger N. (2016) Should we Worry about Filter Bubbles? *Internet Policy Review*, 5 (1): 1–16.

Guardian (2016) *How Google Search Algorithm Spreads False Information with a Right-wing Bias*. Available at: <https://clck.ru/APH4Y> (accessed 30 December 2019).

Haim M., Graefe A., Brosius H-B (2017): Burst of the Filter Bubble? *Digital Journalism*. Available at: <https://clck.ru/RGcmw> (accessed 25 August 2020).

Mc Combs M. E., Shaw D. L. (2017) The Agenda-Setting Function of Mass-Media. *The Agenda Setting Journal*, 1 (2): 105–117.

Min Y., Jiang T., Jin C., Li Q., Jin X. (2019) Endogenetic Structure of Filter Bubble in Social Networks. *Royal Society Open Science*, (6): 1–11.

Moyle G. (2014) *Long Tail CTR Study: The Forgotten Traffic Beyond Top 10 Rankings*. Available at: <https://clck.ru/RGcq9> (accessed 20 November 2019).

Pariser E. (2012) *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*. London: Penguin.

Wall Street Journal (2019) *How Google Interferes with Its Search Algorithms and Changes Your Results*. Available at: <https://clck.ru/RGcwy> (accessed 10 July 2020).

Dmitrij Timoshkin

A VARIETY OF 'OTHERS': IMAGES OF 'MOSCOW MIGRANTS' IN THE SEARCH RESULTS OF GOOGLE, YANDEX AND DUCKDUCKGOO

Images of migrants formed by Russian digital media is a favourite topic of sociologists. This article considers the media constructs of 'migrant', describing mainly clichés about migrants from Central Asia that are relayed by digital and traditional media. Often after reading these works, it seems that the image of a 'migrant' in the Russian media is quite homogeneous and has a negative connotation by default. Yet, on closer inspection, this is not the case: the image of a 'migrant' for an Internet user will be a combination of texts and images, which will differ depending on the search engine. The aim of the article is to compare the combinations of images and texts generated by different search engines for the query 'migrant', to determine whether the images presented by different systems differ and what these differences are. The hypothesis was that search engines, following the conjuncture of the moment and the censorship of readers' expectations, form different images of the 'migrant', changing combinations of similar semantic blocks (material objects, spatial context, and a person in texts and images). To test this hypothesis, I analysed the search results of Google, Yandex and DuckDuckGoo on request 'Migrant Moscow'. The image of a 'migrant' created by algorithms consists of several blocks: 'migrant', the keyword that makes sense by associating with items (uniforms, weapons, work inventory); spatial context (symbolically loaded places, signs on the walls of departmental buildings, interior elements); social qualities. By building these blocks in different sequences, search algorithms form a complete image, which changes depending on the choice of the search engine.

Keywords: migrant, Moscow, media, image, search engine, 'stranger'

DOI: 10.17323/727-0634-2020-18-4-641-656

References

- Berger P., Lukman T. (1995) *Social'noe konstruirovanie real'nosti* [Social Construction of Reality]. Moscow: Medium.
- Bodrunova S. S., Smoljarova A. S., Achkasova V. A., Blekanov I. S. (2018) Kto vinovat? Patermy prisvoenija viny i otvetstvennosti v setevyh diskussijah ob immigrantah v Rossii i Germanii [Who is to Blame? Patterns of Blaming and Responsibility Assignment in Networked Discussions on Immigrants in Russia and Germany]. *Zhurnal Issledovanii Sotsial'noi Politiki* [Journal of Social Policy Studies], 16 (4): 627–644.

Dmitrij Timoshkin – Cand. Sci. (Soc.), Research Fellow at the Laboratory of Historical and Political Demography of the ISU, Irkutsk, Russia; Research Fellow at the laboratory of social and anthropological research, Tomsk state University. Email: Dmtrtim@gmail.com

Borgesius F. J., Trilling D., Moller J., Bodo B., Vreese de C. H., Helberger N. (2016) Should we Worry about Filter Bubbles? *Internet Policy Review*, 5 (1): 1–16.

Guardian (2016) *How Google Search Algorithm Spreads False Information with a Right-wing Bias*. Available at: <https://clck.ru/APH4Y> (accessed 30 December 2019).

Gusev A. (2009) Marginalizacija i kosmopolitizm: vzgljady sovremennyh teoretikov na social'nye posledstvija intensivizacii prostranstvennyh peremeshhenij [Marginalization and Cosmopolitanism: Views of Modern Theorists on the Social Consequences of the Intensification of Spatial Movements]. *Sociologicheskoe obozrenie* [Sociological Review], 8 (2): 72–79.

Haim M., Graefe A., Brosius H-B (2017): Burst of the Filter Bubble? *Digital Journalism*. Available at: <https://clck.ru/RGcmw> (accessed 25 August 2020).

Harvey D. (2018) *Social'naja spravedlivost' i gorod* [Social Justice and the City]. Moscow: NLO.

Ivleva I. V., Tavrovskij A. V. (2019) Obrazy trudovyh migrantov v rossijskikh massmedia [Images of Labour Migrants in the Russian Media]. *Etnograficheskoe obozrenie* [Ethnographic Review], (1): 149–165.

Kondakov A. (2015) Otrazhenie migracionnoj politiki v oficial'noj presse: sub'ekty v media [Representation of Migration Policy in the Official Press: Subjects in the Media]. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Serija 12. Psihologija. Sociologija. Pedagogika* [Bulletin of Saint Petersburg University. 12. Psychology. Sociology. Pedagogy], (1): 147–154.

Luhmann N. (2005) *Real'nost' mass-media* [The Reality of the Mass Media]. Moscow: Praksis.

McCombs M.E., Shaw D.L. (2017) The Agenda-Setting Function of Mass-Media. *The Agenda Setting Journal*, 1 (2): 105–117.

Min Y., Jiang T., Jin C., Li Q., Jin X. (2019) Endogenetic Structure of Filter Bubble in Social Networks. *Royal Society Open science*, (6): 1–11.

Moyle G. (2014) *Long Tail CTR Study: The Forgotten Traffic Beyond Top 10 Rankings*. Available at: <https://clck.ru/RGcq9> (accessed 20 November 2019).

Nam I. V., Karageorgij E. M., Ermolova A. I., Nikitina E. V. (2017) Konstruirovanie obraza trudovogo migranta v regional'nyh SMI (na primere Tomska) [Constructing the Image of a Migrant Worker in Regional Media (The Case of Tomsk)]. *Sibirskie istoricheskie issledovanija* [Siberian Historical Research], (1): 166–191.

Pariser E. (2012) *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*. London: Penguin.

Park R. (2011) *Izbrannye ocherki. Chelovecheskaja migracija i marginal'ny chelovek* [Selected Essays. Human Migration and the Marginal Men]. Moscow: INION RAN.

Skrebцова T. (2007) Obraz migranta v sovremennyh rossijskikh SMI [The Image of a Migrant in Modern Russian Media]. *Politicheskaja lingvistika* [Political Linguistics], 3 (23): 115–118.

Van Dijk T. (1989) *Jazyk, poznanie, kommunikacija* [Language, Cognition, Communication]. Moscow: Progress.

Van Dijk T. (2013) *Diskurs i vlast'* [Discourse and Power]. Moscow: Librokom.

Vesnina L. (2009) Militar'naja metafora, predstavljajushhaja obraz migranta v otechestvennyh SMI [Military Metaphor Creating the Image of Migrants in Russian Mass-Media]. *Cultural Linguistics*, (3): 27–34.

Wall Street Journal (2019) *How Google Interferes with Its Search Algorithms and Changes Your Results*. Available at: <https://clck.ru/RGcwY> (accessed 10 July 2020).