

СОЦИОЛОГИЯ ТРУДА, ОРГАНИЗАЦИЙ И ПРОФЕССИИ

DOI: 10.14515/monitoring.2017.1.12

Правильная ссылка на статью:

Варшавер Е. А., Рочева А. Л., Иванова Н. С. Информационное поведение мигрантов из Средней Азии в контексте изменения миграционного законодательства // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2017. № 1. С. 182—195.

For citation:

Varshaver E. A., Rocheva A. L., Ivanova N. S. Information behavior of migrants from Central Asia under changes in the Russian migration legislation. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. 2017. № 1. P. 182—195.

Е. А. Варшавер, А. Л. Рочева, Н. С. Иванова

ИНФОРМАЦИОННОЕ ПОВЕДЕНИЕ МИГРАНТОВ ИЗ СРЕДНЕЙ АЗИИ В КОНТЕКСТЕ ИЗМЕНЕНИЯ МИГРАЦИОННОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

ИНФОРМАЦИОННОЕ ПОВЕДЕНИЕ МИГРАНТОВ ИЗ СРЕДНЕЙ АЗИИ В КОНТЕКСТЕ ИЗМЕНЕНИЯ МИГРАЦИОННОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

INFORMATION BEHAVIOR OF MIGRANTS FROM CENTRAL ASIA UNDER CHANGES IN THE RUSSIAN MIGRATION LEGISLATION

*ВАРШАВЕР Евгений Александрович — MA in Sociology, MA in Government, старший научный сотрудник, Академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, Москва, Россия.
E-MAIL: varshavere@gmail.com
ORCID: 0000-0002-5901-8470*

*Evgeny A. VARSHAVER¹ — MA in Sociology, MA in Government, Senior Researcher
E-MAIL: varshavere@gmail.com
ORCID: 0000-0002-5901-8470*

*РОЧЕВА Анна Леонидовна — MA in Sociology, научный сотрудник, Академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, Москва, Россия.
E-MAIL: anna.rocheva@gmail.com
ORCID: 0000-0002-3181-9698*

*Anna L. ROCHEVA¹ — MA in Sociology, Research Fellow
E-MAIL: anna.rocheva@gmail.com
ORCID: 0000-0002-3181-9698*

*ИВАНОВА Наталия Сергеевна — научный сотрудник, Академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, Москва, Россия.
E-MAIL: nataliya.ivanova.0709@gmail.com
ORCID: 0000-0002-1140-2334*

*Natalia S. IVANOVA¹ — Research Fellow
E-MAIL: nataliya.ivanova.0709@gmail.com
ORCID: 0000-0002-1140-2334*

¹ Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Moscow, Russia

Аннотация. В фокусе статьи — вопросы о том, каким образом мигранты узнают об изменениях в миграционном законодательстве, какие факторы связаны с большей или меньшей информированностью об этих изменениях и какие каналы информирования являются эффективными, а какие связаны с «помехами» при передаче информации. Исследование выполнено в методологии смешанных методов и включает как опрос ($N = 2412$), так и полевое антропологическое исследование в трех регионах России. Выявлены различные способы, с помощью которых мигранты узнают об изменениях в законодательстве. Наиболее эффективным является просмотр специализированных интернет-сайтов, а общение с друзьями, напротив, приводит к непониманию законодательных норм. Предполагается, что латентным фактором, объясняющим грамотное информационное поведение мигранта, является «зрелость», связанная с возрастом и миграционным опытом. Это явление и эта связь, однако, требуют дальнейшего теоретического и эмпирического анализа.

Ключевые слова: миграция, мигранты, информационное поведение, законодательство, миграционное законодательство

Благодарность. Статья написана на основании научно-исследовательской работы «Разработка методологических подходов к оценке регулирующего воздействия законодательства в области миграции на основе социологических методов» в рамках государственного задания РАНХиГС на 2016 г.

Abstract. The article is focused on the following questions: how and by what means migrants learn about the changes in migration legislation; what factors affect the level of migrants' awareness about the changes; what information channels are effective, or vice versa lead to misunderstanding of the law. The authors carried out a mixed method research that included an online survey of international migrants ($N = 2412$) and an anthropological fieldwork in three Russian regions. The paper describes the channels through which migrants get knowledge about the changes in the legislation. The most effective channel is browsing migration-related websites, whereas discussing the legislative changes with friends may lead to misunderstanding about the law. The authors argue that a latent factor that determines a migrant's proper information behavior is his/her «maturity» defined by age and migration experience. However, this phenomenon needs further theoretical and empirical examination.

Keywords: migration, migrants, migration laws, informational behavior

Acknowledgment. The article is based on the research work titled «Developing methodological approaches towards regulatory impact assessment in migration legislation using sociological approaches» in the framework of the RANEPА state task for 2016.

Введение

В последние несколько лет российское миграционное законодательство претерпело существенные изменения. Изменились правила, регулирующие как пребывание, так и трудовую деятельность на территории РФ. В частности, с января 2014 г. введено так называемое «правило 90 на 180» (389-ФЗ от 2013 г.), согласно которому в общем случае иностранный гражданин имеет право пребывать на территории России только 90 дней в течение каждых 180. С января 2015 г. иностранные граждане, прибывающие из «безвизовых» стран и собирающиеся работать на территории РФ, обязаны получить разрешительный документ, который называется патент, для чего — пройти языковой тест, сдать медицинские анализы и купить страховой полис. Эти изменения, согласно правилам, публикуются в Российской газете и других специализированных изданиях, а также — на сайтах профильных ведомств. Но как мигранты, являющиеся непосредственным объектом регуляции соответствующих законов, узнают об изменениях в законодательстве? Какими каналами информации они пользуются и насколько те или иные каналы — эффективны? На этот вопрос нет однозначного ответа, однако именно он является главным для объяснения эффективности введения тех или иных законодательных актов. В данной статье — на материале исследования, выполненного в методологии смешанных методов и включавшего этнографическую работу в трех регионах России, а также трилингвальный интернет опрос (N=2412), описано, каким образом мигранты из Средней Азии (Таджикистан и Узбекистан) узнают об изменениях в законодательстве, в какой степени те или иные способы распространены, а также какие из них позволяют информации дойти до адресатов в неискаженном виде, а какие — искажают информацию и не являются надежными.

Теоретическая рамка исследования

Широкой рамкой для исследования информационных практик мигрантов является совокупность подходов, известная под названием «информационное поведение». Эта традиция объединяет различные исследования и подходы, в фокусе которых находится циркуляция информации в том или ином контексте. Своего рода смысловой метафорой этой традиции являются библиотечные исследования [Rubin, 1998], связанные с тем, каким образом специалисты в области информации (например, ученые [Ellis, 1989]) осуществляют информационный поиск. Вместе с тем в ее рамках исследуется все разнообразие сфер человеческой жизни. В частности, в фокус исследований информационного поведения были помещены характеристики информационного взаимодействия врачей и пациентов [Dee, Stanley, 2005; Dawes, Sampson, 2003; Davison, Degner, Morgan, 1995], продавцов и покупателей [Schmidt, Spreng, 1996; Nelson, 1970], а также практики информационного поиска промысловиков [Ikoja-Odongo, Ocholla, 2003] в традиционных обществах и молодых специалистов [Schmit, Amel, Ryan, 1993] в обществах современных. Дал определение информационного поведения в статье, посвященной концептуализации этого феномена, Томас Уилсон. Согласно его определению, информационное поведение — это «вся совокупность человеческого поведения, связанного с источниками и каналами информации, а также практиками ее поиска и использования» [Wilson, 200]. Второе дыхание эта исследовательская традиция

обрела в связи с развитием интернета: Райя Фидель с коллегами [Fidel et al., 1999] исследовала, как осуществляют интернет-поиск школьники, Кристоф Хольстер и Герхард Штюбе [Hölscher, Strube, 2000] изучили отличие интернет-поиска «экспертов» и «новичков», а Суу Юн Рие [Rieh, 2002] в своем исследовании ответила на вопрос о практиках определения качества и надежности информации, получаемой в интернете. Среди методологических подходов наиболее продуктивным для изучения информационного поведения оказался анализ социальных сетей, позволяющий детально описать маршруты циркуляции информации [Schultz-Jones, 2009; Otte, Rousseau, 2002].

Хотя информация играет важную роль в сетевой теории миграции [Massey et al., 1993; Goodman, 1981], встреча миграционных исследований и исследований информационного поведения (непосредственно относящихся к этой традиции или сходных тематически) произошла сравнительно недавно, и работы по этой теме в основном датированы последними годами. В частности, Мария Дезидерио и Анка Шустер исследовали, как устроен доступ к информации о рынке труда у работодателей и мигрантов и как улучшить существующее положение вещей [Improving Access..., 2013], а Кристин Кассар с коллегами изучили, как мигранты на Мальте используют социальные медиа [Cassar et al., 2016]. Социальным медиа посвящена работа Лии Комито и Джессики Бейтс, которые исследовали в связи с этим мигрантов в Ирландии [Komito, Bates, 2009]. Среди более ранних работ можно отметить исследование Марии Бенсон-Риа и Стивена Роулинсона, в 2003 г. выпустивших статью о распространении информации среди квалифицированных мигрантов в Новой Зеландии [Benson&Rea, Rawlinson, 2003]. В целом можно отметить, что тема информационного поведения мигрантов лишь начинает интересовать международных исследователей.

Миграционное законодательство как объект социологического анализа является более разработанной темой. Из знаковых работ можно отметить статью Сесилия Менхевар и Леси Абrego [Menjívar, Abrego, 2012], демонстрирующую, как криминализация мексиканских мигрантов в США приводит к появлению культуры насилия и нормализации практик, связанных с агрессией, а также исследование Вейна Корнелиуса [Cornelius, 2001], который показал, как в результате изменения регуляций, связанных с миграционным контролем, доходы контрабандистов, переправляющих людей через границу, увеличились, а снижения потока мигрантов, незаконно пересекающих границу, зафиксировано не было. Следует также отметить единственную работу по социологии миграционного законодательства, выполненную на российском материале, в которой Агнешка Кубал анализирует, как российское законодательство в области миграции интерпретируется мигрантами и как эти интерпретации воздействуют на повседневные практики мигрантов [Kubal, 2016].

Работ, созданных на пересечении традиции исследования информационного поведения и непосредственно связанных с миграционным законодательством, несмотря на большую социальную значимость этой проблемы, за редким исключением, не существует. Примером такого исключения является исследование Жаклин Хаган, которая показывает, как мигранты из Гватемалы в Хьюстоне в зависимости от характеристик рабочего места оказываются в разной степени

информированы о миграционной амнистии в США [Hagan, 1998]. Вместе с тем фокус этого исследования смещен с информационного поведения на характеристики круга общения мигрантов в связи с условиями работы, и работу Хаган лишь с определенными оговорками можно отнести к традиции исследования информационного поведения. Таким образом в данном исследовании предпринимается одна из первых попыток осмысления информационного поведения мигрантов в контексте изменения миграционного законодательства.

Методология исследования

Исследование выполнено в методологии смешанных методов. На первом этапе — в трех регионах России (Москва, Тамбовская область, Оренбургская область) — в ходе глубинных интервью (N=158) была собрана информация об основных способах, посредством которых мигранты узнают об изменениях в законодательстве. На втором этапе эти способы были помещены в анкету, на основании которой проведен опрос мигрантов из Таджикистана и Узбекистана.

Опрос представлял собой анкетирование в сети интернет. На платформе surveymonkey.com была размещена анкета на трех языках: русском, таджикском и узбекском. Распространение анкеты происходило посредством платного таргетинга (демонстрации рекламы пользователям, соответствующим определенным критериям) в социальных сетях с помощью сервиса MyTarget. Таргетинг осуществлялся на основе принадлежности пользователей к группам, связанным с миграцией в Россию (например, одна из групп в социальной сети «Одноклассники» называлась «Россия-Наманган»). Всего групп, по которым осуществлялся таргетинг — 167. Рекламный текст на русском языке был следующим: «Был в России — пройди опрос». На таджикском то же самое звучало как «Дар Русия будӣ — пурсишро гузар», а на узбекском — «Россияда сафарда бўлган бўлсангиз — сўровномани тўлдилинг». Рекламные объявления отличались в зависимости от группы и способа демонстрации рекламы (лента, баннер, тизер, строка), однако, в среднем, они выглядели следующим образом (см. рис. 1). Использовались и другие способы рекрутинга респондентов — в частности, через сайт узбекской радиостанции «Озоди».

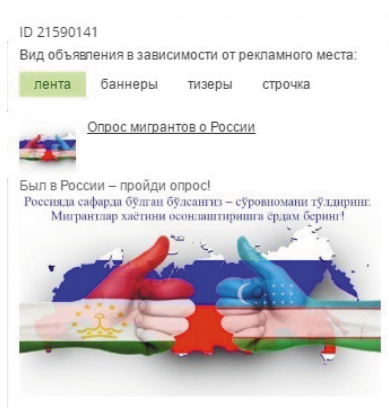


Рисунок 1. Реклама опроса в социальных сетях

Опрос проводился с 19 мая по 2 июня 2016 г. и по ссылке на страничку опроса перешли 5 737 человек. В финальный массив вошли ответы 2 412 респондентов.

Несмотря на то что выборка является целевой (респонденты — это в первую очередь пользователи миграционных групп в социальных сетях), по основным социально-демографическим параметрам она воспроизводит генеральную совокупность, в той мере, в какой она может быть оценена на основании данных Центральной базы данных учета иностранных граждан (ЦБДУИГ), с середины 2000-х гг. поддерживаемой сначала ФМС, затем ГУ по вопросам миграции МВД. В частности, соотношение мигрантов из Таджикистана и Узбекистана и в массе и по данным ФМС — 37 % к 63 % в выборке и 32 % к 68 % в генеральной совокупности, а доля мужчин составляет 85 % в выборке и 83 % в генеральной совокупности. Немного недопредставлены в выборке мужчины до 18 лет (1 % к 6 %) за счет 30—39 летних (31 % к 24 %). Вместе с тем по форме распределения в генеральной и выборочной совокупностях практически не отличаются. Следует отметить, однако, что в выборке представлены как граждане России, бывшие ранее гражданами Узбекистана или Таджикистана, так и граждане этих среднеазиатских стран, в то время как приведенная статистика ЦБДУИГ описывает только иностранных граждан. Определенные опасения вызывает место заполнения и язык заполнения: 75 % респондентов — заполнили анкету, находясь в России, 15 % — в Узбекистане и 9 % — в Таджикистане. Эти данные говорят о том, что выборка существенно перекошена относительно сформулированной генеральной совокупности — «настоящие или бывшие граждане Узбекистана или Таджикистана, в данный момент находящиеся в России или бывшие там в течение последних двух лет» — в сторону тех, кто в момент опроса находился в России. Кроме того, имея возможность выбрать язык заполнения, половина предпочли русский, 40 % — узбекский, а еще 10 % — таджикский, в связи с чем возможно смещение в сторону тех, кто знает русский.

Анкета состояла из нескольких блоков, в анализ данной статьи вошли вопросы, связанные со способами, благодаря которым мигранты узнают об изменениях в миграционном законодательстве, а также посвященные правилу 90 на 180. Вопрос о способах информирования был сформулирован так:

Как Вы узнаете об изменениях в российском миграционном законодательстве?

Отметьте все подходящие ответы.

Никак не узнаю

Узнаю от друзей, соседей, коллег

Узнаю от работодателя

Смотрю сайт ФМС

Смотрю другие сайты, форумы, социальные сети

Консультируюсь с юристами

Узнаю от полицейских

Смотрю телевизор

В ФМС

Иначе (Как?)

Вопросы о правиле 90 на 180 были сформулированы следующим образом:

По закону России, мигранты из Таджикистана и Узбекистана, если у них нет патента, имеют право пробыть в России не более 90 суток, затем же они должны выехать и еще 90 суток не въезжать в Россию. Слышали ли Вы об этом законе?

- 1. Сейчас слышу первый раз*
- 2. Что-то слышал, но не вникал*
- 3. Слышал, но, насколько я знаю, закон не работает, и можно выехать из России и сразу въехать*
- 4. Слышал и знаю, что его надо соблюдать, иначе закроют въезд в Россию*

Представьте себе ситуацию. Это Зарина — гражданка Таджикистана или Узбекистана, она приехала к мужу в Россию вести домашнее хозяйство. Она получила регистрацию, не работает и не имеет патента. Со времени ее въезда прошло почти три месяца, и она собирается оставаться в России и дальше. Что должна сделать Зарина, чтобы не нарушить законодательство России?

- 1. Как можно скорее выехать из России и сразу же въехать обратно (сделать «въезд-выезд», «пересечение границы»)*
- 2. Как можно скорее выехать из России и не въезжать в Россию еще 90 дней*
- 3. Сейчас — ничего. Он может оставаться в России до полугода*
- 4. Сейчас — ничего. Он может оставаться в России до одного года*
- 5. Затрудняюсь ответить*

Анализ данных состоял в (1) оценке распространенности разных способов узнавать об изменениях, (2) выделении групп «знающих и понимающих правило 90 на 180» и противопоставлении ее группе «не знающих и не понимающих правило 90 на 180», (3) выявлении способов узнавать об изменениях, позитивным или негативным образом связанных со знанием и пониманием «правила 90 на 180» методом логистической регрессии.

Результаты исследования

Как показал анализ интервью, миграционное законодательство является темой постоянных обсуждений на рабочем месте, в местах временного проживания в России или в сообществах в стране происхождения, и, таким образом, личные сети мигрантов являются «первичным» способом получения информации об изменениях в миграционном законодательстве.

И: Ну, а как Вы узнали вообще про то, что патент надо делать?

Р: А потому что все говорят: «Надо патент делать. Если патента не будут, точнее, будут штрафовать, а вслед потом депортация».

И: На рынке, да, все говорят?

Р: Да, и на рынке, везде...

(Интервью rg9_2016_132)

Родственники и знакомые не всеми рассматриваются как надежный или, как минимум, достаточный информационный ресурс, и, наряду с подобным «сарафанным радио» информанты зачастую отмечают и другие каналы информирования. Можно выделить три основных канала: «диаспора», интернет-сайты разного типа и официальные службы. «Диаспора» в данном случае — это мигранты занимающиеся «проблемами соотечественников» на федеральном, региональном или локальном уровне. Такие люди могут быть как представителями официальных диа-

споральных организаций или юристами, специализирующимися на миграционном законодательстве, так и неофициальными лидерами, более информированными о миграционном законодательстве, чем рядовые мигранты.

И: А где Вы обычно узнаете про законы, где про них читаете?

Р: я Абдулла-аке звоню, я спрашиваю его — такой закон есть? Новый закон. Такой закон он мне объяснит.

И: А как вы про него [Абдулла-ака] вообще узнали?

Р: Это же диаспора, каждая область, каждый город — диаспора должен же.

И: А первый раз как узнали?

Р: Первый раз сырдарьинские наши [подказали]. ... Они сказали — ты туда езжай, такая-то остановка, там наша диаспора, всё тебе расскажут.

(Интервью pg9_2016_145)

Интернет, как и ожидалось, также играет важную роль в части информирования мигрантов об изменениях миграционного законодательства, при этом сайты, на которые заходят мигранты, чтобы узнать об этих изменениях, варьируются от официального портала ФМС (для чего необходимо знание русского языка) до тематических групп в социальных сетях. Через социальные сети можно узнавать информацию об изменениях в законодательстве и иным образом: в частности, «друзья» могут делать «репосты», в результате чего эта информация оказывается у мигранта, не подписанного на специальные группы, в «ленте», кроме того об изменениях могут сообщать «друзья» в личных сообщениях. Последний способ можно обозначить как «сарафанное радио», но в интернете. В отдельных случаях мигранты осуществляют самостоятельный информационный поиск по ключевым словам.

Анвар примерно раз в неделю заходит на сайт ФМС и смотрит изменения. Также он обсуждает изменения с друзьями.

(Конспект интервью pg9_2016_008)

Р1: У всех есть <...> интернет. Сейчас после работа пойду, душ принимаю, телефон на руках беру, и если есть планшет — там в одноклассник, в контакте, друг с другом же общаемся, вот кто с девушками общается, кто [новости] читает, зависит от тебя.

(Интервью pg9_2016_139)

Наряду с описанными способами получения информации, мигранты узнают об изменениях в законодательстве непосредственно в отделениях ФМС (ныне — МВД) или ПВС.

Р1: Мне интересно знать всё про документацию. Если не знаю — то спрашиваю. У ФМС есть номер телефона, диспетчер, спрашиваю. ... Или на Алтайской ФМС есть, туда схожу, спрошу, если не понимаю.

(Интервью pg9_2016_130)

Вместе с тем способы информирования не позволяют мигрантам быть в полной мере осведомленными об изменениях в законодательстве, а также узнавать о них в срок, а потому нередко источником информации становятся сотрудники правоохранительных органов — во время проверки документов или задержания.

Р2: Иногда я сам тоже не понимаю. Вот сегодня вышел вот такой закон, завтра опять, ходишь с этим законом, тебя кто-то поймает — «нет, дорогой, извини, вот такой». Я говорю разбирайтесь сперва, а потом нам уже. Вы хотите, чтобы нас заблуждать,

поймать, если вы так хотите — вы поймаете. Если вы хотите, чтобы мы нормально работали, законы не нарушали, то вы сами можете делать это. Вот сегодня какой-то закон сделаете, выходит где-то другое что-то — так поймаете, конечно.

И1: Где узнать-то можно об этом?

Р2: Вот нигде, вот тебя поймают и тебе скажут — вот такой закон.

(Интервью рг9_2016_007)

Таким образом информация распространяется от мигранта к мигранту — очно, в принимающем или отправляющем обществах, а также через интернет. Но этим способы информирования не исчерпываются и среди дополнительных каналов можно отметить как официальные органы, так и представителей «диаспоры» — официальной и неофициальной.

Каналы информирования, упомянутые в интервью, были собраны в списке, включенном в опрос. Ниже представлено распределение ответов на вопрос, каким образом респонденты узнают об изменении в законодательстве (см. табл. 1).

Таблица 1. **Способы информирования об изменениях в миграционном законодательстве**

Способы информирования:	N	%
На сайте ФМС	764	45
Через интернет (не ФМС)	552	33
Из телевизионных передач	544	32
От друзей, соседей, коллег	480	28
В ФМС (паспортном столе)	339	20
От работодателя	187	11
От полицейских	123	7
Из консультаций с юристами	100	6
Никак	178	11
Итого	1688	100

Опрос показал, что именно интернет играет решающую роль в информировании мигрантов об изменениях в законодательстве¹, при этом значительная часть респондентов пользуется сайтом ФМС (45%). Скорее всего, речь идет не только об официальном сайте, но и о его «зеркалах» в социальных сетях. Другой популярный способ — телевизионные передачи (32%). Реже упоминают «друзей, соседей и коллег», вероятно не воспринимая простое общение на тему законодательства как информирование. Наименее распространенные способы — «из консультаций с юристами» (6%), «от полицейских» (7%), и «от работодателя» (11%)., Можно заключить, что большинство мигрантов пытается быть в курсе изменений — только 11% отметили вариант «никак» и, соответственно, 89% пользуются хоть каким-то каналом.

¹ В некоторой степени этот результат может быть связан с тем, что опрос проводился через интернет, и реальные цифры могут быть меньше, в то же время можно предположить, что интернетизация мигрантов высока в свете необходимости ip-телефонии для разговора с близкими через границу.

Какие способы являются «надежными» и не искажают сообщения, а какие — вводят мигрантов, их использующих, в заблуждение? Для ответа на этот вопрос была осуществлена кросстабуляция по двум вопросам (см. табл. 2) — об осведомленности о «правиле 90 на 180» и о понимании этого правила (гипотетическая ситуация с домохозяйкой, которая размышляет над тем, что ей делать через 3 месяца после въезда). Варианты ответа на последний вопрос были разбиты на две части. Вариант «как можно скорее выехать из России и не въезжать в Россию еще 90 дней» был маркирован как «знают, как надо поступать по закону», остальные ответы были отнесены в категорию «не знают, как надо поступать по закону». Следует отметить, что подавляющее большинство респондентов (65 %) в ситуации, к которой применимо «правило», не могут сказать, какой вариант поведения будет соответствовать российскому законодательству. В результате кросстабуляции были выделены две контрастные группы: те, кто слышал о правиле и знает, как поступать в соответствующих ситуациях по закону, и те, кто не слышал и не знает закон. Была введена бинарная переменная: «теоретическое и практическое знание правила 90 на 180» со значениями 1: «знает и умеет применять», 0: «не знает и не умеет применять». Первых и вторых в массиве оказалось по 15 % (377 и 371 респондентов соответственно). Эта переменная была включена в анализ методом логистической регрессии в качестве зависимой переменной. В качестве независимых переменных были включены (1) социально-демографические переменные, (2) переменные, связанные с миграционным опытом респондента, (3) способы узнавать об изменениях в миграционном законодательстве.

Таблица 2. Знание и понимание «правила 90 на 180»

	Слышат о 90/180 в первый раз	Что-то слышали о 90/180, но не вникали	Слышали о 90/180, но считают, что его не надо соблюдать	Слышали о 90/180 и считают, что его надо соблюдать	Всего
Не знают, как поступать по закону	87% (184)	75% (187)	75% (190)	49% (307)	65% (870)
Знают как поступать по закону	13% (27)	25% (61)	25% (63)	51% (314)	35% (465)
Всего	100% (211)	100% (248)	100% (253)	100% (621)	1335

Анализ (табл. 3) показал, что, во-первых, существенная часть распределения объясняется такими переменными, как возраст и время, прошедшее с первого приезда в Россию: чем старше мигрант и чем раньше он начал ездить в Россию, тем больше шансов, что он будет знать «правило 90 на 180» и применять его. Во-

вторых, шансы знать и понимать «правило» также существенно возрастают в том случае, если мигрант сознательно стремится получить информацию о миграционном законодательстве. В-третьих, способы получения информации варьируются по степени надежности. Так, способом, который на выходе с наиболее высокой долей вероятности даст знание и понимание «правила 90 на 180» является просмотр форумов и сайтов в интернете. Вслед за ним — сайт ФМС или его «зеркала» в социальных сетях. Кроме того, эффективными (но в меньшей степени) каналами информации являются телевизионные программы, паспортный стол или ФМС, а также работодатель. А обсуждение законодательства с друзьями либо (модель 11) не связано со знанием и пониманием «правила», либо (модель 3) снижает шансы респондента знать и понимать «правило». Негативным образом связано со знанием и пониманием правила обращение к каналу информации «полицейские». Скорее всего, если мигрант узнает об изменениях в законодательстве от полицейских, его информационные практики не являются структурированными и четкими, и законодательство он не знает. Наиболее полезными и одновременно популярными каналами информации, таким образом, являются специализированные интернет-сайты и форумы, наименее надежным способом узнать об изменениях в миграционном законодательстве является общение с друзьями.

Таблица 3. **Факторы, связанные со знанием и пониманием «правила 90 на 180»**

	Модель 1	Модель 2	Модель 3	Модель 4	Модель 5	Модель 6	Модель 7	Модель 8	Модель 9	Модель 10	Модель 11
Константа	-2,204***	-3,847***	-2,046***	-2,331***	-2,625***	-2,671***	-2,204***	-2,148***	-2,508***	-2,330***	-3,058***
Возраст	0,055***	0,056***	0,054***	0,057***	0,054***	0,057***	0,055***	0,054***	0,060***	0,057***	0,056***
Лет со времени первого въезда	0,185*	0,166*	0,182*	0,186*	0,169*	0,012*	0,185*	0,188*	0,162*	0,173*	0,198*
Узнает каким-то образом		1,799***									
Узнает от друзей			-0,3'								-0,321
Узнает от работодателя				,473*							0,409
Узнает на сайте ФМС					0,989***						0,846***
Сматривает форумы, другие сайты						1,043***					0,937***
Консультируется с юристами							-0,011				-0,759'
Узнает от полицейских								-0,333			-0,734*
Сматривает телевизор									0,641***		0,429*

	Модель 1	Модель 2	Модель 3	Модель 4	Модель 5	Модель 6	Модель 7	Модель 8	Модель 9	Модель 10	Модель 11
Узнает в ФМС										0,399*	0,137
Псевдо R ²	0,12	0,18	0,13	0,13	0,19	0,19	0,13	0,13	0,15	0,13	0,26
N	728	728	728	728	728	728	728	728	728	728	728
Зависимая переменная: знание правила 90 на 180											

Выводы

Российское законодательство — постоянная тема обсуждения внутри мигрантских сообществ, а также на интернет-форумах и в социальных сетях. Именно интернет и личное общение — основной источник информации об изменениях в законодательстве. Среди других источников — работодатели, представители диаспоры и даже сотрудники правоохранительных органов. Но не все способы являются одинаково эффективными. Так, интернет является наиболее очевидным способом быстро и точно узнать о законодательных новеллах: информацию о них можно взять на сайте ФМС, его «зеркалах» в социальных сетях, а также на других сайтах, посвященных российскому миграционному законодательству. Надежный источник информации — это работодатель, а также сотрудники ФМС (ныне — МВД) и ППС (паспортно-визового сервиса), которые могут формально или неформально проконсультировать мигранта на предмет изменений в законодательстве. Внимание к телевизионным передачам, связанным с миграционными регуляциями, также повышает шансы мигранта знать и понимать российское законодательство. Есть, однако, способы, которые снижают эти шансы. В частности, шансы ниже, если единственный источник информации об изменениях — это друзья и коллеги, а также, если это сотрудники органов правоохранительных органов. Последние, вероятно, могут сообщить мигранту «последние новости», но, скорее всего, эта коммуникация происходит во время задержания. Можно также предположить, что если единственный источник информации об изменениях — это сотрудники правоохранительных органов, можно говорить о невнимательности мигранта по отношению к этим изменениям. Можно сделать вывод, что латентным признаком, связанным со знанием законодательства и использованием тех или иных способов узнавать о законодательных новеллах, является феномен, который можно обозначить как «зрелость». Именно он связан с тем, что мигрант внимательно относится к «правилам игры» принимающего общества, пытается их освоить и применять. Неудивительно, что влияние на понимание «правила 90 на 180» оказывают возраст и «миграционный опыт», являющиеся показателями «зрелости». Вместе с тем наличие других значимых эффектов позволяет говорить о том, что «зрелость» не сводится к возрасту и жизненному, в том числе миграционному, опыту. Можно отметить, что эти результаты перекликаются с другими, полученными в ходе этого проекта, согласно которым с возрастом у мигранта усиливается установка на соблюдение законодательства, с другой — он лишается иллюзий, что законодательство может быть соблюдено

полностью. Связь «зрелости», установки на законопослушность и информационного поведения будет рассмотрена в ближайших публикациях.

Список литературы (References)

- Benson-Rea M., Rawlinson S. (2003). Highly Skilled and Business Migrants: Information Processes and Settlement Outcomes. *International Migration*. Vol. 41 (2). P. 59—79.
- Cassar C., Gauci J. Bacchi A. (2016). Migrants' Use of Social Media in Malta. URL: http://www.pfcmalta.org/uploads/1/2/1/7/12174934/social_media_report_08-2016_-_final.pdf [accessed 8.12.2016].
- Cornelius W. (2001). Death at the Border: Efficacy and Unintended Consequences of US Immigration Control Policy. *Population and Development Review*. Vol. 27 (4). P. 661—685.
- Davison B. J., Degner L. F., Morgan T. R. (1995). Information and decision-making preferences of men with prostate cancer. *Oncology nursing forum*. Vol. 22 (9). P. 1401—1408.
- Dawes M., Sampson U. (2003). Knowledge management in clinical practice: a systematic review of information seeking behavior in physicians. *International Journal of Medical Informatics*. Vol. 71 (1). P. 9—15.
- Dee C., Stanley E. E. (2005). Information-seeking behavior of nursing students and clinical nurses: implications for health sciences librarians. *Journal of the Medical Library Association*. Vol. 93 (2). P. 213—222.
- Ellis D. (1989). A behavioural approach to information retrieval system design. *Journal of documentation*. Vol. 45 (3). P. 171—212.
- Fidel R., Davies R. K., Douglass M. H. et al. (1999). A visit to the information mall: Web searching behavior of high school students. *Journal of the Association for Information Science and Technology*. Vol. 50 (1). P. 24—37.
- Goodman J. L. (1981). Information uncertainty and the microeconomic model of migration decision making. In: De Jong GF, Gardner RW (ed.) *Migration decision making: multidisciplinary approaches to microlevel studies in developed and developing countries*. New York, Pergamon. P. 130—48.
- Hagan J. M. (1998). Social networks, gender, and immigrant incorporation: Resources and constraints. *American sociological review*. Vol. 63 (1). P. 55—67.
- Hölscher C., Strube G. (2000). Web search behavior of Internet experts and newbies. *Computer networks*. Vol. 33 (1). P. 337—346.
- Ikoja-Odongo R., Ocholla D. N. (2003). Information needs and information-seeking behavior of artisan fisher folk of Uganda. *Library & information science research*. Vol. 25 (1). P. 89—105.
- Improving Access to Labour Market Information for Migrants and Employers*. (2013). Ed. by Desiderio M., Schuster A. Brussels: Belgium: International Organization for Migration.

Komito L., Bates J. (2009). Virtually Local: social media and community amongst Polish nationals in Dublin. *Aslib Proceedings: new information perspectives*. Vol. 61 (3). P. 232—244.

Kubal A. (2016). Spiral effect of the law: migrants' experiences of the state law in Russia—a comparative perspective. *International Journal of Law in Context*. Vol. 12 (4). P. 453—468.

Massey D. S., Arango, J., Hugo, G. et al. (1993). Theories of international migration: A review and appraisal. *Population and development review*. Vol. 19. No. 3. P. 431—466.

Menjívar C., Abrego L. (2012). Legal Violence: Immigration Law and the Lives of Central American Immigrants. *American Journal of Sociology*. Vol. 117 (5). P. 1380—1421.

Nelson P. (1970). Information and consumer behavior. *Journal of political economy*. Vol. 78 (2). P. 311—329.

Otte E., Rousseau R. (2002). Social network analysis: a powerful strategy, also for the information sciences. *Journal of information Science*. Vol. 28 (6). P. 441—453.

Rieh S. Y. (2002). Judgment of information quality and cognitive authority in the Web. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*. Vol. 53 (2). P. 145—161.

Rubin R. (1998). Foundations of library and information science. New York: Neal-Schuman Publishers.

Schmidt J. B., Spreng R. A. (1996). A proposed model of external consumer information search. *Journal of the academy of Marketing Science*. Vol. 24(3). P. 246—256.

Schmit M. J., Amel E. L., Ryan A. M. (1993). Self-reported assertive job-seeking behaviors of minimally educated job hunters. *Personnel Psychology*. Vol. 46 (1). P. 105—124.

Schultz-Jones B. (2009). Examining information behavior through social networks: an interdisciplinary review. *Journal of Documentation*. Vol. 65(4). P. 592—631.

Wilson T. D. (2000). Human information behavior. *Informing science*. Vol. 3 (2). P. 49—56.