

Міністерство освіти і науки України
Український католицький університет
Факультет суспільних наук

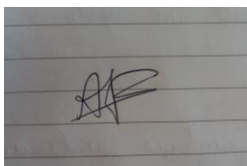
Кафедра соціології

Дипломна робота на тему:

"ОБРАЗ ТРУДОВОГО МІГРАНТА В УКРАЇНСЬКИХ ЗМІ (2011-2021)"

Виконала студентка 4 курсу бакалаврату
за спеціальністю «Соціологія»,
групи ССО-19Б,
Литвинюк Анастасія Валентинівна

Науковий керівник
д.і.н., професор кафедри соціології
Міхєєва Оксана



Львів 2023

Зміст роботи

Вступ	3
Розділ I. Теоретико-методологічні аспекти дослідження	8
1.1. Трудова міграція як соціально-історичний процес	8
1.2. Міграція через призму теорії конструктивізму	12
1.3. Характеристика українського трудового мігранта часів Незалежності	15
Висновки до розділу I	24
Розділ II. Емпіричні аспекти дослідження	25
2.1. Методологія дослідження	25
2.2. Результати дослідження	34
Висновки до розділу 2	44
Висновки	46
Список джерел і наукової літератури	48
Додатки	52

ВСТУП

В 90-х роках кількість вибувших була близько 60 тис людей на рік. На початок 2000-х років в Україні, за підрахунками Держстату нараховувалось близько 20-30 тис вибувших з України людей на рік. Але з 2010 міграція почала набирати нових обертів, та налічувала понад 20 тис в рік. Саме тому, основним фокусом цієї роботи стала трудова міграційна хвиля останнього десятиріччя. (Державна служба статистики. *Міграційний рух населення за типом місцевості у 2002-2020 роках. Міждержавна міграція*. Взято з http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/ds.htm).

Після проголошення незалежності України, розпочалась ера української трудової міграції. Трудова міграція з України, яка розпочалася після проголошення незалежності, вважається заробітчанською, під час якої спочатку українці виїжджали на тимчасові заробітки, але зрештою багато з них залишались на постійній основі. Як закордонні, так і українські засоби масової інформації часто пишуть про українських працівників закордоном. Специфіка цих матеріалів, їх тематика, а також і та інформація, яку вони подають про українців - трудових мігрантів, дозволяє припустити наявність упередженого ставлення до мігрантів.

Медіа мають значний вплив на свідомість людей, на їх світосприйняття. Також існує загроза того, що образ може подаватись стереотипно, що у підсумку може призвести до стигматизації українських працівників, що перебувають закордоном. Для того щоб цьому запобігти, я надалі хочу вивчати механізми створення образу трудового мігранта. В результаті проведеної роботи буде отримано детальний образ українського мігранта створеного засобами масової інформації в Україні, а також дати рекомендації по зменшенню кількості штампів та стереотипів (за умов їх виявлення) під час написання дописів у медіа, і таким чином вплинути на формування

максимально наближеного до реальності образу українського трудового мігранта.

Україна входить до переліку країн з високим рівнем міграції, одним з ключових напрямків якої є країни ЄС. Станом на 2020 рік в країнах ЄС перебували 1,3 млн наших співвітчизників, які мають офіційні дозволи на проживання і роботу у європейських країнах. Однак в реальності українських трудових мігрантів в Європі набагато більше. За найбільш вірогідною оцінкою, закордоном у 2020 р працювало до 3 млн українців (Годованська, 2010).

Спостерігається значний відтік інтелектуальної еліти, зокрема молоді та студентів, що виїжджають за кордон в пошуках кращих умов навчання. Станом на 2019 рік, в закордонних університетах навчалось 7,6 тис українських студентів. Лише невелика частина українських студентів (10-20%) говорила про свої наміри повернутись до України після завершення навчання. Але через брак досліджень, ми не можемо стверджувати чи переростає студентська міграція в трудову. Неповорнення інтелектуальної еліти стримує розвиток освіти, що працює, як виштовхуючий фактор для наступних поколінь (МОМ, 2021, с. 14).

Факт того, що українська економіка від такої потужної міграції несе втрати підтверджує А. Бурка у своїй статті «Зовнішня трудова міграція». На її думку, українська держава вкладає гроші в підготовку фахівців для забезпечення власних потреб, а в результаті більшість цих фахівців виїжджає закордон. Відповідно це впливає на зростання фіскального навантаження на громадян, що працюють в Україні, виникають проблеми з фінансуванням Пенсійного Фонду, втрачається потенціал для економічного розвитку, знижується привабливість для іноземних інвесторів, викликає нестачу трудових ресурсів (А. Бурка, 2020, с. 37)

Подібні дослідження з вивчення образу українських трудових мігрантів вже проводились і з їх допомогою були з'ясовані найпопулярніші штампи. Серед таких, при описі українського трудового мігранта зустрічаються наступні: сексуалізація українських жінок, неправильне використання слів “біженець”, термін “заробітчанин” як позначення трудового мігранта, особливо в українському медіа-просторі. Наприклад у 2016 Польща заявила, що прийняла 1 млн біженців з України, хоча насправді, лише 2 особи отримали такий статус, а ще 47 статус тимчасового захисту. Тому, складається враження, що всі українці, які приїжджають до Польщі одразу отримують статус біженця, не зважаючи на те, що серед них велика кількість студентів, науковців, сезонних працівників, та працівників, залучених у різноманітні сфери. Багато жінок при переїзді закордон стикаються з сексуалізацією і стереотипом про те, що вони приїхали займатись проституцією та працювати у борделях. В українських ЗМІ часто звучить слово “заробітчанин”, яке набуло негативного забарвлення (Кульчицька К., Мініч Р., 2019; Yuzva L. & Tashchenko A. 2021, с. 2, 6). Проблема стереотипізації українських трудових мігрантів існує однаковою мірою і в Європі, і в Україні. Тому не лише закордоном до українців можуть ставитись негативно, але і в своїй рідній країні, на них вішають багато ярликів стосовно роботи, яку вони виконують закордоном.

Мета: виявити та описати основні характеристики українського трудового мігранта представлені в публікаціях українських засобів інформації у 2011-2021 рр.

Завдання:

1. Оцінити ступінь розробленості проблеми на основі вивчення публікацій з даної тематики.

2. Розглянути можливі теоретичні підходи щодо вивчення ролі засобів інформації в конструюванні тих чи інших образів.
3. Розробити авторську програму дослідження образу українського трудового мігранта в медіа
4. Провести авторське якісне дослідження (контент-аналіз НВ (Новое Время), УП (Українська Правда), за період 2011-2021 рр.
5. За допомогою зібраних даних мігранта проаналізувати образ трудового мігранта, створений ЗМІ та порівняти його із соціально-демографічними та статистичними даними щодо реального стану групи українських трудових мігрантів.

Об'єкт за критерієм носія проблеми: публікації, які містять інформацію про українських трудових мігрантів

Об'єкт за критерієм загальної проблеми: образ українських трудових мігрантів в медіа.

Предмет: основні складові образу українського мігранта, сформованого за допомогою медіа в Україні

Ключові слова: трудова міграція, міграція, мігрант, образ мігранта, заробітчанин.

Для проведення авторського дослідження використовуватимуться методи якісно-кількісної соціології й, зокрема, контент-аналіз засобів масової інформації України. Для цього я проаналізувала публікації в ЗМІ, в яких йшлося про українських трудових мігрантів за період 2011-2021. Хронологічний період був розрахований саме в такому вигляді для того щоб мати проміжок часу (10 років), за який можна зібрати достатній масив даних. Аналіз відбуватиметься саме до 2022 року, адже вже на початку цього року розпочалось повномасштабне вторгнення росії в Україну, що ускладнює

завдання з пошуку матеріалів саме по трудовій міграції, адже з того часу велика увага прикута саме до біженців, а не трудових мігрантів. Хоча війна в Україні і почалась у 2014, та цей період все одно є багатим на згадки про трудову міграцію.

Для аналізу були використані щорічні/щомісячні випуски наступних медіа: НВ (Новое Время), УП (Українська Правда). Ці видання були обрані до аналізу з наступних причин: популярність серед українських читачів (Взято з <https://uaspectr.com/2021/07/08/top-10-novynnyh-sajtiv-ukrayiny/>); обидва видання позиціонують себе як новинні видання; позиціонують себе як загальноукраїнські видання, та охоплюють події в Україні та світі, що відповідно дозволить дослідити міжнародну трудову міграцію.

Методика вибору та аналіз цих видань буде досліджено більш детально в розділі 2.2. Методологічні аспекти дослідження. В 1 розділі буде розглянуто міграцію як соціально-історичний процес, її значення для України, а також особливості української трудової міграції, та попередні дослідження, які стосувались створення образу українського трудового мігранта у засобах масової інформації, та найпомітніші стереотипи стосовно українських працівників.

Розділ 1

Теоретико-методологічні аспекти дослідження

1.1. Трудова міграція як соціально-історичний процес

Щоб зрозуміти трудову міграцію як соціально-історичний процес, потрібно розглянути феномен міграції через низку теорій, та типології. Даний аналіз допоможе краще зрозуміти ключові тенденції українських міграційних процесів, соціально-демографічні характеристики групи мігрантів, що в цілому допоможе побачити викривлення в тому, як засоби масової інформації описують мігрантів.

Перша група теорій, які можуть допомогти зрозуміти міграцію краще є неокласичні теорії. З цієї концептуальної позиції мігранти - це актори, які діють раціонально та змінюють суспільство з нижчою оплатою праці, на суспільство з вищою. Такі мігранти приймають рішення на індивідуальному рівні, а не на колективному, та ставлять ризики пов'язані з переїздом до іншого місця нижче за можливість отримати кращу оплату праці. Тому вагому роль грає мотивація та раціональність індивіда, що і впливає на вибір країни для переїзду (European Commission, 2018).

Теорії нової економіки є різновидом неокласичних теорій. Але в даному випадку, рішення щодо міграції часто приймається колективно, наприклад цілою сім'єю, чи групою людей. Це допомагає зменшенню ризиків та диверсифікації доходу в середині сім'ї та допомагає не розривати сім'ю (European Commission, 2018).

В рамках теорії системи та зв'язків йдеться про зв'язки між місцем народження та новим місцем проживання та роботи. Наприклад вплив на вибір країни переїзду з точки зору культурних особливостей, чи наявності діаспори. Адже це саме ті фактори, які допомагають людям набагато швидше та легше адаптуватись до життя в новій країні. Таким чином одні країни є більш

привабливими, для мігрантів з певних країн, ніж інші (European Commission, 2018).

Наступна теорія - це інституційна теорія полягає в тому, що організації, які заохотили міграцію також популяризують її і надалі. Розвивається міграційна політика, ринок пристосовується до міграційних вимог та потреб, що включає в себе різні візові процеси, рекрутинг і т. д. (European Commission, 2018).

Завдяки теорії сегментації ринку вдалось виявити, що одним з рушійних факторів міграції в модерному суспільстві стала потреба в дешевій робочій силі. У приймаючій країні ринок праці став сегментованим, наприклад громадяни країни мають доступ до якісної освіти, та хорошої кар'єри, в той час як трудові мігранти задовольняються низькооплачуваними видами праці, працею на нестабільних роботах, в шкідливих умовах праці, і низькою оплатою (European Commission, 2018).

Теорія світової системи базується на тому, що мігранти з периферійних країн мігрують до основних капіталістичних країн. І тут відбувається обмін, люди їдуть до розвинутих країн, а матеріали, техніка їдуть до країн, що розвиваються. Наприклад значний фокус на розвитку сільськогосподарської культури (технічне обладнання, що збільшує продуктивність і зменшує потребу в людській силі) часто змушує людей мігрувати до міста, що створює ще більший рівень безробіття (European Commission, 2018).

Дана теорія міграції базується на тому, що при демографічному зростанні, міграція розпочинається з міграції село-місто, а вже потім до інших країн. Коли країна вступає в еру розвинутості, мобільність з села в місто скорочується, а циклічна міграція навпаки зростає. Країни з розвиненою економікою часто стають імпортерами низькокваліфікованої робочої сили з менш розвинутих країн (European Commission, 2018).

Міграція досить різносторонній та широкий феномен. Дедалі частіше дослідники міграцій почали наголошувати на важливості не лише класичних теорій, а і таких речей як імміграційна політика. Тому важливо працювати

також в галузі міграційної політики та її регулювання. Це допоможе отримувати найбільш достовірні та сучасні дані (European Commission, 2018).

П. Колиер у книзі «Как миграция наш изменяет мир» подає наступне визначення трудової міграції: «Трудова міграція - це переміщення індивідів у просторі з метою підвищення рівня забезпеченості». Крім того, він визначає міграцію, як процес економічного розриву у прибутку. Тобто, чим більшим є економічний розрив у доходах, тим більшим є стимул до міграції (П. Колиер, 2016, с. 54-56).

Згідно закону України «Про зайнятість населення», розділ 1, стаття 1, пункт 23б сказано, що: «трудова міграція є переміщенням особи, пов'язаним з перетинанням державного кордону або меж адміністративно-територіальної одиниці з метою виконання або пошуку роботи».

Теоретиком міжнародної міграції є Е. Лее. Він працював над факторами, що впливають на міграційні процеси, наприклад вибір країни, місця праці. Серед них він виділяє наступні: територія походження мігранта, територія, на яку мігрант в'їжджає, зовнішні обставини. Серед таких обставин найбільш вивченою вважають відстань між рідним домом, де мігранти залишають звичне їм життя. До інших обставин відносять закони, які певним чином обмежують міграційні потоки, кошти, які треба виділити на переїзд та перевезення речей. Для кожного індивіда ці фактори різні, і впливають на них по-різному. І останнє - це особистий фактор. Можливість пристосування до нових умов, повне осягнення ситуації, отримання бази контактів, вміння пристосуватися до нових умов. Йдеться про емоційний стан і можливість людини сприйняти нові умови та пристосуватися до них (1966, с. 50-52).

Згідно з даними World Migration Report 2022, в світі існує близько 281 мільйона міжнародних мігрантів, що складає 3.6% всього населення планети. Відносно це не є велика кількість, що свідчить про те, що переважно люди залишаються у країнах свого походження. Звісно ж міграція видозмінюється. сповільнюється під час пандемії COVID-19 чи пришвидшується під час війни, переслідувань, чи природніх катаклізмів, які змушують людей шукати

прихистку у інших країнах. Біженці та шукачі прихистку складають одну з найменших часток серед усіх мігрантів, та в той же час потребують найбільше допомоги та підтримки (ІОМ, 2022)

Міжнародний мігрант згідно з ООН визначається як той, хто змінив свою країну проживання. Мігрант може бути «короткотерміновим» (менше одного року) або ж «довготерміновим» (більше одного року) (ІОМ, 2022). У своїй роботі, Ольга Ровенчак зазначає, що існують наступні типи міграції за тривалістю. Першим варіантом є короткотермінова-менше двох років, далі іде середньотермінова-від двох до десяти років, довготермінова-більше десяти років, та останній тип-це постійна, що триває понад двадцять років (2006, с. 13). Європа залишається найбільш популярним напрямком для міграції, адже тут знаходиться 30,5% усіх міжнародних мігрантів, Північна Америка прийняла 20,9%, та Африка -9% (ІОМ, 2022).

Міграцію також розрізняють за видами та мотивами. Серед основних видів можна виділити наступні: внутрішню та зовнішню. У своїй праці Ольга Ровенчак поділяє міграцію на офіційну та нелегальну форми: офіційна – коли людина змінює місце свого постійного проживання, включаючи і переїзд на постійне проживання за кордон на підставі офіційного дозволу сторони, яка приймає; нелегальна міграція – коли мігрант не отримав такого дозволу (2006, с. 128).

Серед дотичної літератури також часто лунають визначення організованої та неорганізованої міграції, добровільної та примусової. В роботах А. Дмитриева міжнародні мігранти складаються з таких типів: робочі, спеціалісти, біженці з неблагополучних районів. Варто відзначити, що досить велику частку мігрантів за різними типами складають жінки (2004, с. 4-13).

Існує також зворотна та незворотна міграція, сезонна та довготермінова, постійна. Сезонна міграція — це переміщення працездатного населення до місця тимчасової роботи і проживання на певний термін зі збереженням можливості повернення до місця постійного проживання. Незворотний вид

(або переселення) — міграція, що передбачає зміну постійного місця проживання (О. Ровенчак, 2006, с. 130).

А. Ичдуйгу пропонує наступну класифікацію типів міжнародних мігрантів:

- постійні переселенці,
- тимчасові робітники-контрактники,
- тимчасові працівники-професіонали,
- нелегальні працівники або ті, які переховуються,
- особи, що шукають притулку,
- біженці,
- транзитні мігранти (перебувають у даній країні, щоб з часом перебраться у кінцеву точку) (2001, с.133).

1.2 Міграція через призму теорії конструктивізму

В даній роботі, тема трудової міграції буде розглянута через призму соціального конструктивізму. Конструктивістська парадигма дозволяє безпосередньо працювати з образом мігранта та механізмами його створення. Цей напрямок був заснований Бергер Р. та Лукманн Т. (1966) і розинувся у праці «Соціальне конструювання реальності». Також конструктивізм вивчали Е. фон Глазерсфельд (2001), який працював над радикальним конструктивізмом, генетичний епістемолог Ж. Піаже (С. Іванченко, с. 27-43, 2011). Відповідно до Улановського, конструктивізм - це група теорій у психології, соціології, філософії, у яких за допомогою індивідуальних конструктів виділяється ідея конструктивної природи пізнання, мовна та культурно-історична обумовленість пізнання та розуміння світу. Наріжним каменем даного підходу є уявлення про пізнання як про активну побудову образу пізнаваних предметів та подій у свідомості суб'єкта (2011).

Соціальний конструктивізм базується на кількох припущеннях. Одне з них полягає в тому, що сенс і розуміння є центральними характеристиками людської діяльності, наприклад, значення мови в розумінні якості соціального досвіду. Інше припущення полягає в тому, що значення та розуміння беруть свій початок у соціальній взаємодії та в спільних поглядах на те, які символічні форми (наприклад, мова) слід сприймати. Коротко кажучи, те, як людина розуміє конкретні явища чи процеси, залежить від індивідуального розуміння, на яке, у свою чергу, впливають соціокультурні процеси та соціальні символи, а також час і місце (Lebedeva. A., 2014).

Для того щоб краще зрозуміти як формується образ мігранта, важливо також зрозуміти його ідентичність. Ідентичність - це невід'ємна частина «Я», це суб'єктивний концепт соціальної ролі, яка є змінною і ситуаційною і часто переплітається з іншими соціальними ролями. Хоча і поняття ідентичності є відносним, адже соціальна реальність постійно змінюється, перебудовується. Є те, що знаходиться поза свободою вибору, наприклад мова, культура, які є факторами набутими в процесі виховання, і залежать від місця проживання та осіб, що виховують, а є статуси та фактори, які індивіди можуть набути з часом, наприклад статус матері, чи фізичний об'єкт, такий як машина. Соціальний конструктивізм - це теорія, яка бачить соціальну реальність як суб'єктивну, і на яку впливає людська свідомість, яка складається з ідей та вірувань. Все з чого складається соціальний світ обов'язково має бути створене людьми. Світ в якому ми живемо - це сукупність думок, вірувань, мов, концептів, дискурсів між індивідами, народами та країнами (Lebedeva. A., 2014).

Ця теорія важлива для вивчення міграційних процесів, адже відповідно до її засад, основа міжнародної політики складається саме з соціальних причин, індивідуальності людей (акторів соціальних взаємодій), яка була сформована в соціальному середовищі, а не отримана при народженні (Шинкарук К.). Тобто, міграція виникає не через уже закладені прагнення до

міграції, а через соціальні чинники (фінансові причини, здоров'я, переїзд до партнера і т. д.) (Семчишин С., 2017, с. 44-49).

Значиме лепту в теорію репрезентації та критику конструктивістської теорії вніс Stuart Hall (1997), який стверджує, що репрезентація певного явища це практика використання мови, для того щоб розповісти про якесь важливе явище, тобто вміння описати, створити символ, який є важливим для суспільства. Репрезентація це створення смислу для явища, концепту в головах людей через мову, яскравим прикладом є написання статей. Звісно ж створення сенсів починається з дослідження ціннісного вакууму в якому це явище збираються репрезентувати, адже у кожному суспільстві діють свої закони та звичаї, по-різному регулюється свобода слова. Репрезентовані концепти обов'язково мають бути систематизовані, класифіковані та взаємопов'язані один з одним. Зв'язок між явищем, репрезентація якого створюється напряму залежить від порядку речей в тому суспільстві, де воно буде створюватись. Існують різні системи для репрезентації явища, наприклад промови, письмові джерела, візуалізації, жести, за допомогою яких можна інтерпретувати те чи інше явище. Для того щоб щось реконструювати суспільство використовує репрезентаційні системи знаків та концептів. У випадку конструктивістської теорії, актори, які беруть участь у конструюванні певної реальності відповідальні за те, яким саме чином вони реконструюють ці знаки та концепти, і не обов'язково знаки та концепту мають бути природньо пов'язані (S. Hall, 1997).

Як стверджує дослідниця контент-аналізу, Костенко Наталія (2003) мас-медіа знаходять під значним впливом з боку політичних партій, держави, економічних структур, перебувають під певною цензурою, та під тиском правлячих еліт та інших інститутів влади. Зокрема масове медіа створює певні норми, цінності, стилі життя для споживачів масмедійної культури. Зокрема створюють образ певного феномену, соціальної групи чи події, який є загальноприйнятним у суспільстві. В наступному підрозділі я розгляну

феномен міграції, міграційну типологію, а також міграційні процеси в сучасній Україні.

1.3. Характеристика українського трудового мігранта часів Незалежності

У даному підрозділі буде описана трудова міграція часів незалежної України, які особливості та характеристики мають трудові мігранти. За роки незалежності українці брали участь як в зовнішній так і внутрішній міграціях. У своїх дослідженнях дослідниця Оксана Годованська виділяє два міграційні напрямки українців - східний і західний. Східний - це переселення на території, що входили до складу Російської імперії чи Радянського Союзу. Західна міграція починається з XIX століття. Основними напрямками переїзду були США, Канада, Бразилія, Аргентина (2010).

В XX столітті українці зіткнулися з глибокою економічною кризою, що розпочалась за Радянського Союзу. Ця криза посилюється іншими зовнішніми обставинами (пандемія COVID-19, повномасштабне вторгнення, високий рівень безробіття, та ін.), що впливають на кількість тих, хто прагне виїхати закордон (О. Годованська, 2010, с. 67-71).

Зрозуміти українську міграцію неможливо, якщо не провести історичну довідку у часі, що передували 1991 року. Цей період є надзвичайно важливим, адже тоді відбувся перехід від радянських структур до демократичних; трансформація командної економіки в ліберальну; транзит від радянського стилю управління до ліберальної мобілізації людей, а також зміна академічних інститутів і т. д. Це все безпосередньо вплинуло на економічний стан країни, змінились види зайнятості, та рівень безробіття. З 1991 розпочалась новітня історія української міграції, що триває і досі (Feduyk, Kindler, 2016).

Важливість вивчення міграційних процесів українців розглядалась у праці «Ukrainian Migration to the European Union». За цими даними, українці є однією з найбільших груп мігрантів, що є вихідцями з країн третього світу. В

сучасних дослідженнях мігрантів Центральної та Східної Європи, українці переважно входять до когорти трудових мігрантів. Українська міграція до країн Європейського Союзу є найбільшою серед вихідців з країн колишнього Радянського Союзу. Додатково, досвід отриманий в ЄСРП українські мігранти використовують як форму соціального капіталу в процесі міграції. Також українська міграція є важливою для вивчення з огляду на те, що українські трудові мігранти працюють за офіційними дозволами і це дозволяє використовувати дані в порівняльних дослідженнях (Feduyk, Kindler, 2016).

З 24 лютого 2022 року ситуація з українськими мігрантами кардинально змінилась. За даними Operational data portal. Ukraine refugee situation, з початком повномасштабного вторгнення Росії в Україну за кордон виїхало 8 млн українців. Переважно, українські біженці перетинають контрольні-пропускні пункти Польщі, Словаччини, Румунії, Угорщини, Молдови. Багато з них потім прямують до інших країн ЄС. Також є дані про певну кількість біженців до Росії та Білорусі (UNHCR, 2023). Та ця частина української міграції не є центральною для вивчення в даній роботі, а також статі за 2022 рік з огляду на вищенаведені обставини не буде проаналізовано.

Українські трудові мігранти виділяються з загальної картини тим, що мають високий рівень кількості офіційних дозволів на роботу. Наприклад у 2013 році, 81% усіх українських мігрантів в Польщі отримали офіційні дозволи на роботу. Щодо Канади та США, то міграція українців у ці країни є однією з найбільших серед усіх інших представників пост-радянських країн. Як от наприклад, в США кількість українців, що прибула до Америки в період 1997-2007 роках досягнула 68% з усіх, хто мав українське коріння (Feduyk, Kindler, 2016).

Відповідно головним виштовхуючим фактором (push factor) являється низька оплата праці, а головним притягуючим фактором (pull factor) є можливість значно вищого заробітку в інших країнах. Важливо зазначити, що прагнення до міграції відбувається також через можливість заробити швидкі

гроші. Рішення про міграцію залежить від освіти, навичок, а також соціального статусу, та індивідуальних чи сімейних характеристик. Українська міграція є однією з центральних тем в політичних та міграційних дебатах країн Європейського Союзу (Feduyk, Kindler, 2016).

Важливим аспектом щодо збільшення трудової міграції в останні роки стало набуття безвізового стану України з країнами ЄС, що доволі збільшило кількість українців, що почали виїжджати закордон, зокрема як трудові мігранти. Вже до кінця 2020 року понад 1,3 мільйон українців отримали дозволи на офіційне працевлаштування закордоном. Про підвищений інтерес до трудової міграції свідчать також опитування проведені НАНУ у 2020 році, які показали, що 29,7% українців мають або ж безпосередній досвід міграції, або ж особи, що є друзями, чи найближчими родичами мають такий досвід. Окрім того, тема трудової міграції стає все більш актуальною, адже значна кількість респондентів говорить про наміри продовжити працювати закордоном. Навіть в порівнянні з 2020 роком, коли про такі наміри заявляли близько 60% вже працюючих закордоном українців, змінилась на 66,5% респондентів у 2021 році (МОМ, 2021). У зв'язку з зростанням українських трудових мігрантів закордоном, зростає і інтерес ЗМІ до цієї тематики.

Щодо соціально-демографічних характеристик, то найбільшу частку трудових мігрантів складають вихідці з Західної України (більше 50%), найменшу частку складають вихідці з північних областей. Найпопулярнішими напрямками для трудової міграції є європейські країни, що мають безпосередній кордон з Україною, а саме Польща, Чехія, Угорщина, а також Португалія, Іспанія, Італія. У Греції, Італії, Португалії, та Іспанії частка жінок становить 75-80% від усіх трудових мігрантів. Працюють вони переважно в сферах домашнього господарства та торгівлі (О. Годованська, 2010, с. 67-71). Даний аналіз підтверджує думку про те, що українські працівники є затребуваними на європейському ринку праці.

Стосовно географічного охоплення, то згідно даних 2017 року, 69,4% всіх мігрантів складала вихідці з Заходу України. Для порівняння, у 2012

частка трудових мігрантів з заходу України у Європі складала 72,4%. Натомість зросла частка мігрантів з центру України, і з показника у лише 3% в 2012 році виросла до 9,2% у 2017 році. За даними Національного інституту стратегічних досліджень, кількість мігрантів з Півдня у 2017 складала 8,6%, з Сходу- 6,8%, та з північних регіонів досягла 6% (Малиновська, 2018).

Важливо зауважити, що з початком АТО (Антитерористичної Операції) в східних областях України (Донецька, Луганська) збільшився потік мігрантів саме з сходу, та все одно не перетинає позначку у 6%. Дані мігранти відрізняються меншим міграційним досвідом, та переважно належать до молодших вікових груп (Малиновська, 2018).

С. Вишневецька у своїй роботі ґрунтується на Стратегії державної міграційної політики України на період до 2025 р. та наводить факти того, що досить велику частку українських мігрантів складають ті, хто живе в прикордонних регіонах. Спочатку люди виїжджають на сезонні чи тимчасові роботи, але з часом це перетворюється на основну роботу. Тому можемо припустити, що саме люди, що проживають в прикордонних територіях складають вагому частку мігрантів (2020, с. 38).

За соціально-демографічними ознаками серед українських мігрантів незначною мірою переважають люди середнього віку (40-49 років), що у відсотковому відношенні складає 24%. Цікавим є те, що серед жінок набагато більше тих, хто продовжує працювати навіть при досягненні пенсійного віку (Малиновська, 2018). Серед всіх трудових мігрантів повну загальну середню освіту мали 59,5%, повну вищу-13,5%, неповну вищу-17,3%. Найбільше залучення мають наступні сфери: будівництво (51,6%), ведення домашнього господарства (16,3%), оптова та роздрібна торгівля (8,1%), сільське господарство (8,5%), промисловість (5,4%). Також варто зазначити, що понад 90% зайняті у важкій фізичній праці (Годованська, 2010, с. 68).

В даному аналізі, важливо і коротко згадати про діаспору, зокрема її значення для трудової міграції. Діаспора походить від грецького «розсіювання». В буквальному значенні розсіювання людей певної

національності в різних куточках землі. Ця робота не фокусуватиметься на діаспорі, але важливо побічно згадати, що індивіди, які входять до діаспори також формують певні ідеї, уявлення, поведінкові патерни, цінності, які потім використовують медіа в своїх роботах про мігрантів. Тож діаспора, як представники міграції теж відтворюють образ, з яким надалі працює ЗМІ. Міжнародна організація міграції оцінює українську діаспору в кількості від 8 до 20 млн. Більшу частину на початку свого міграційного шляху склали саме трудові мігранти, але оцінити значимість та кількість людей, що належить до трудової діаспори складно через брак досліджень. (Орловська Н., 2019, с.74).

Факт того, що українська економіка від такої потужної міграції несе втрати підтверджує А. Бурка у своїй статті «Зовнішня трудова міграція». На її думку, українська держава вкладає гроші в підготовку фахівців для забезпечення власних потреб, а в результаті більшість цих фахівців виїжджає закордон. Відповідно це впливає на зростання фіскального навантаження на громадян, що працюють в Україні, виникають проблеми з фінансуванням Пенсійного Фонду, втрачається потенціал для економічного розвитку, знижується привабливість для іноземних інвесторів, викликає нестачу трудових ресурсів (2020, с. 37).

За даними Євростату, з року в рік кількість українських мігрантів в Європі зростає. Кількість офіційних дозволів для перебування українців в країнах ЄС у 2018 була близько 1,2 млн. За даними Державної служби статистики України основними країнами призначення українських працівників-мігрантів є європейські сусіди: Польща, де проживали (442 тис.), Чехія (132 тис.), Італія, (234 тис.), Іспанія (92 тис.), Німеччина (121 тис.) (Н. Гетьманцева, 2020, с.41). Згідно з Рисунком №1, можна побачити, що в основних напрямках для трудових мігрантів 2012 рік став роком найменшої кількості українців. Що працювали закордоном, натомість після 2012 і станом на 2017 кількість трудових мігрантів у європейських країнах зросла, і зменшилась лише у напрямку росії, що відповідно пов'язане з війною, яка розпочалась у 2014 (Малиновська, 2018).

Національний інститут стратегічних досліджень

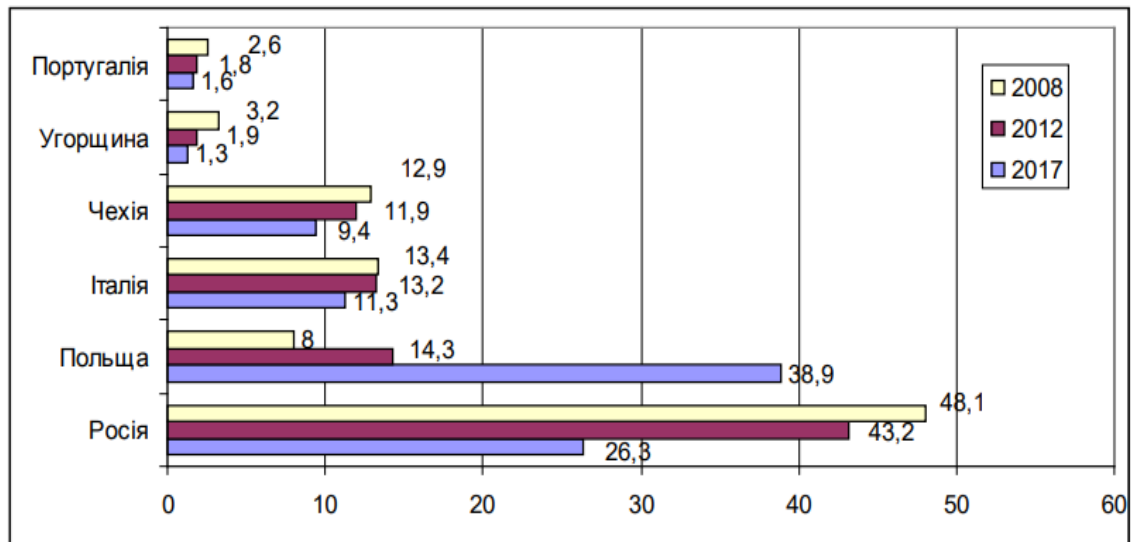


Рис.1 Країни призначення трудових мігрантів за даними обстежень населення 2008, 2012 та 2017 рр. (Джерело: Державна служба статистики України)

Підсумовуючи все вищесказане, українці найчастіше виїжджають за межі країни у зв'язку з фінансовими потребами, а повертаються через сімейні обставини. Обирають як сезонні роботи, так і поїздки на довготривалі роботи. Закордоном формують велику українську діаспору, потужний міграційний ланцюг. За даними Держстату і дослідженням проведеним в 2017 було виявлено, що дві третини мігрантів - це чоловіки. Понад 64% мають середню освіту. Чоловіки переважно зайняті будівництвом, жінки - домашнім господарством. Найпоширенішою моделлю міграційної поведінки являється тимчасова, циркулярна міграція.

Молодший вік серед українських мігрантів може бути також обґрунтований тим, що все активніше молодь виїжджає закордон з метою навчання, і нерідкісним випадком стає залишення там на постійне місце проживання (Малиновська, 2018).

¹ Малиновська, (2018), с. 39-44.

Одним серед найактуальніших ризиків для сучасної України є освітня міграція, що полягає у переїзді молоді закордон з метою навчання й подальшого працевлаштування там. Україна на даний момент є країною з обмеженою базою можливостей, що посприяла б розвитку творчої та інтелектуальної молоді. Україна займає лідируюче місце серед країн-донорів інтелектуального ресурсу. Дані аналітичного центру CEDOS наочно демонструють, що кількість українців, що навчаються закордоном активно зростає. О. Крижевська в своєму дослідженні навела дані, які це характеризують. З 2009 до 2022 освітня міграція склала 129%. 26 063 українців навчалися закордоном у 2009-2010 рр., вже у 2014-2015 ця частка зросла до 59 648, а у 2016-2017 чисельність зросла до 77 424 осіб. Найпопулярнішими країнами для навчання серед українців стали Німеччина, Польща, Чехія, Італія, США, Канада, Іспанія, Франція та Словаччина, росія (CEDOS, взято з <https://cedos.org.ua/researches/ukrainski-studenty-za-kordonom-skilky-ta-chomu/>).

Різноманітність та якість освітніх інститутів, хороші умови навчання та подальшого працевлаштування в інших країнах, а особливо в країнах ЄС спонукають молодь все активніше виїжджати за межі власної країни. Наприклад, в Польщі, українці з польським корінням мають змогу навчатись зі знижками, або ж взагалі безкоштовно. По-друге географічна і культурна близькість, а також диплом європейського зразка стимулює молодь виїжджати (Крижевська, 2020) (Див. Рисунок №2).

	2008- 2009	2009- 2010	2010- 2011	2011- 2012	2012- 2013	2013- 2014	2014- 2015	2015- 2016	2016- 2017	2017- 2018
Польща	2831	3499	4879	6321	9620	14951	22833	30041	33370	37780
Росія	2773	4756	2578	-	-	4554	9458	11636	11440	11360
Німеччина	8121	8307	8305	8379	8521	8671	8842	9088	9638	9388
Канада	719	919	1052	1202	1609	2046	2466	2769	3425	
Чехія	717	891	1026	1202	1326	1522	1780	2137	2471	2652
Італія	783	1035	1303	1538	1741	1889	2169	2334	2536	2718
США	1716	1727	1583	1535	1490	1464	1551	1680	1817	1928
Іспанія	558	641	840	1114	1323	1418	1545	1612	1762	
Австралія	675	814	896	1038	1157	1176	1344	1458	1625	1690
Словаччина	17	84	98	109	128	176	389	683	1169	1851

Кількість українських студентів за кордоном по навчальним рокам

Джерело: Авторська схема розроблена О. Крижевською.²

Також часто міграція відбувається в ході об'єднання сімей, коли діти приєднуються до батьків, які вже певний час перебувають поза межами України. Та все ж, значна кількість української молоді виїжджає на навчання. В 2015 році кількість українських студентів в країнах ЄС уже досягла 43 тис. у 2016 близько 25 тис. українців отримали дозволи на перебування в країнах Європейського Союзу. Наприклад, дослідження Національного банку Польщі виявило, що лише 2,4% українських студентів планують після закінчення навчання повернутись до України (Малиновська, 2018).

Варто зазначити, що той факт, що третина українських мігрантів працює за здобутою попередньо професією, і отримує вищу за середню зарплату. Це є хорошим знаком, того, що українські трудові мігранти в принципі створюють позитивний образ працюючих та наполегливих людей, які працюють на достатньо елітних посадах, адже багато з них працюють за здобутою раніше освітою. Це вказує на те, що зростає саме міграція фахівців та інтелектуальної

² Крижевська О. (2020), с. 90-93.

еліти. Звісно ж це негативно відображається на внутрішній обстановці України, але створює хороший образ українських працівників (Малиновська, 2018).

Також є значна кількість українців, що перебувають закордоном без належних дозволів. За даними Держстату, у 2008 році їх чисельність складала 23,2% мігрантів, у 2012 частка зменшилась до 16,7%, але в 2017 знову зросла до 17,9%. Серед них 5,5% працювали лише з туристичною візою, а 4,8% не мали жодного правового статусу. Наприклад 32% українців у Польщі укладають цивільно-правові угоди, що не передбачають сплату податків до соціальних фондів, але також і не претендують на отримання будь-яких виплат соціального характеру (Малиновська, 2018).

Нелегальні мігранти становлять ризик не лише для самих себе, а і в цілому для України. Неврегульована міграція може призвести до скасування безвізового режиму з країнами Європейського Союзу, через реальну загрозу неврегульованої міграції (Малиновська, 2018). Тож дане дослідження і має на меті виявити реальний стан справ щодо того, який саме образ створюють українські працівники закордоном.

Не беручи до уваги новий тип міграції-біженство через військову агресію РФ, основною моделлю міграційної поведінки серед українців є тимчасова, та періодична трудова міграція. Дослідження, проведені в 2012 та 2017 роках показали, що 48,5% мігрантів їздили лише на короткотермінові (до року) заробітки, станом на 2017 рік лише 8,3% усіх опитаних були трудовими мігрантами більше року (Малиновська, 2018).

Одним з прикладів створення образу мігрантів, на які я натрапила в ході роботи, стала політизація жіночої міграції в українських медіа. Наприклад говориться про зміну ролі жінки, про трансформацію гендерних ролей через міграційний досвід, а також про вплив гендерної міграції на українську сім'ю, ринок праці. Також українська міграція є цікавою з перспективи гендерних студій, адже в деяких випадках міграція з України високофемінізована, а в деяких випадках гендерне співвідношення є рівним (Feduyk, Kindler, 2016).

Та через міграцію українців з'явилися також назви для їхніх дітей, що залишаються в Україні. Їх називають «Євросироти», що означає дитина батьків, що знаходиться в Європі на роботі. Таким батькам також придумали назву «Голодні за євро» (Feduyk, Kindler, 2016).

Висновки з розділу 1:

Трудова міграція є одним з значимих викликів, що постали період глобалізації. Висока мобільність індивідів несе за собою як позитивні, так і негативні наслідки та впливає на формування внутрішньої та зовнішньої політики.

Даний розділ розглянув феномен міграції та трудової міграції з акцентом на трудовій міграції України. З огляду на все вищесказане трудова міграція несе значні економічні втрати для України, сповільнює її розвиток, а також сприяє відтоку інтелектуальної еліти.

З огляду на статистичні дані, кількість трудових мігрантів з України зростає, що ще раз підтверджує актуальність даної теми. Позиціонування відтоку робочої сили закордон є також і актуальною темою для різноманітних досліджень, що згадувались у даному розділі, а також для медіа. Останні і те, як вони представляють українських трудових мігрантів своїх публікаціях є предметом нашого наступного розгляду.

Розділ 2

Емпіричні аспекти дослідження

2.1. Методологія дослідження

Мета: з застосуванням контент-аналізу дослідити образ українського мігранта та його основні складові, які створюються українськими засобами інформації

Об'єкт за критерієм носія проблеми: публікації, які містять інформацію про українських трудових мігрантів

Об'єкт за критерієм загальної проблеми: основні складові образу типового українського мігранта, сформованого за допомогою медіа в Україні

Предмет: образ українських трудових мігрантів в медіа.

Гіпотези:

1. Створений українськими ЗМІ образ трудового мігранта має суттєві розбіжності за ключовими параметрами із реальною групою українських трудових мігрантів
2. Сприйняття трудової міграції видозмінилось в період пандемії COVID-19 в позитивну сторону, адже мігрантів почали сприймати як один з рушіїв економіки в кризовий період
3. «Новое Время» в своїх статтях значно частіше використовує стереотипізовані вислови при створенні образу українського трудового мігранта, ніж Українська Правда

Теоретична інтерпретація понять:

ЗМІ (засоби масової інформації) – різновид медіа, що дозволяє поширювати інформацію як на локальні спільноти людей, так і на глобальні.

Трудовий мігрант – особа, яка вирішила змінити місце проживання з метою покращення матеріального стану для себе, чи своєї родини.

Стереотип – це нав’язана думка, що домінує в суспільстві стосовно певного феномена.

Стигматизація – надання індивіду певних характеристик, що виключає його з основної суспільної групи

Образ (трудового мігранта) – вигляд, опис, характеристика трудового мігранта

Конструювання образу – створення образу людини чи явища на основі доступних даних

Інструментарій дослідження:

Для репрезентування образу українського трудового мігранта, створеного за допомогою засобів масової інформації було проведено контент-аналіз двох українських видань: Новое Время та Українська Правда. В ході аналізу було підраховано основні одиниці, які тим чи іншим чином описують трудових мігрантів. Також було проведено аналіз за характером висловлювання, основними категоріями якого були: негативне/позитивне/нейтральне забарвлення.

За допомогою методу контент-аналізу було опрацьовано 40 статей:

- Українська Правда - 17

- Новое Время – 32

Словник контент-аналізу:

Негативний характер опису трудових мігрантів - стереотипні висловлювання, такі як, заробітчанин.

Позитивний характер - висловлювання щодо того, як мігранти реалізують себе за кордоном, тип роботи (напр. легальний працівник, робота за здобутою раніше кваліфікацією).

Нейтральний характер - звичайні висловлювання без емоційного забарвлення та без суджень (напр. мігрант, працівник, працюючий українець).

Обґрунтування методу:

Контент-аналіз часто вважають одним з методів, який найчастіше використовують для текстового аналізу у сучасному світі. За допомогою контент-аналізу дослідник може дослідити великі масиви тексту чи інших документів (Hostli, 1968). Т. Мейер стверджує, що усі методи аналізу тексту є різновидом контент-аналізу, наводячи приклад його не чіткої різноманітності, наприклад, від обґрунтованої теорії. На сьогоднішній день існує багато різних стратегій проведення контент-аналізу (Titscher, Meyer, Wodak, & Vetter, 2000). Berelson (1952), визначає контент-аналіз, як техніка дослідження, що дозволяє об'єктивно систематизувати кількісні дані відповідно до поставлених дослідником цілей. Проте, більш сучасне визначення, яке відповідає концепції Т. Мейер про різноманітність стратегій, вказує спершу на більшому акценті визначного впливу сфери ЗМІ. Окреслюються методи комунікації масмедіа із суспільством, надаючи останньому основні феномени, які допомагають систематично формувати одне єдине уявлення у суспільстві; контент-аналіз досліджує дану комунікацію через об'єктивний, системний та кількісний аналіз змісту різних повідомлень методом аналізу інформаційного ресурсу через різні тексти, як письмові: газети, оповідання, журнали; так і усні: інтерв'ю, вистави, публічні промови; так і навіть через зображення: комікси, фільми, фотографії, відео, реклами (Костенко, 2003).

Аналіз інформаційного текстового ресурсу означає, що «текст» не завжди відповідає значенню виключно текстового документа; це має на увазі

здійснення аналізу будь-якого ресурсу, який можна перевести у текстовий формат. Основним субстратом усього контент-аналізу є подання його результатів у кількісному значенні, наприклад, підрахунок текстових згадок. Враховуючи те, що контент-аналіз в основному поділений на два основні види, тобто кількісний та якісний, останній – є лише відгалуженням від першого варіанту. Часто теоретично виділяють додатковий тип контент аналізу – соціально-критичний метод аналізу інформаційних феноменів. Проте, релевантність його як об'єктивного методу є досить суперечливим, адже даний метод не має чіткого наукового підґрунтя і відштовхується радше від ідеологічних переконань, відіграючи визначну роль саме у даній сфері. Він не є настільки науково однозначним та об'єктивним, як це можна сказати про якісний та кількісний типи контент-аналізу (Костенко, 2003).

Систематизований добір визначених феноменів у тексті є основою для побудови об'єктивності контент-аналізу як методу дослідження тексту; на думку Орланової (1981) він є здійснений з метою витягнення основних положень з документів чи інших джерел інформації; переведення їх у кількісні показники, що, на думку Семенова (1982), могло би допомогти систематизувати отримані ресурси, які є витягнуті із тексту, як візуального, так і виключно текстуального, надає досліднику притримуватися незаангажованості під час проведення власного дослідження.

Контент-аналіз допомагає виміряти соціальні тенденції, що знаходяться в масивах аналізованої інформації (Костенко, 2003). Він визначається як аналіз мовних одиниць, а також є систематичною фіксацією певних явищ та феноменів, які згадуються у аналізованих джерелах. В соціології контент-аналіз використовується для того, щоб описати, пояснити та іноді спрогнозувати певні явища в суспільстві, які пов'язані або спричинені масовою суспільною думкою або інформацією, яка часто стимульована поширенням конкретного ресурсу окремим індивідами чи групами у ЗМІ. Використовуючи контент-аналіз у соціології, дослідники найчастіше

вибирають сукупне чи вибіркоче обстеження, що полягає у відборі або конкретних джерел та публікацій, або усіх за конкретний період. Контент-аналіз у даному випадку систематизовує широкий діапазон інформації та матеріалу, визначаючи потенційно важливі та цікаві явища для дослідника, дотримуючись строгості, обґрунтованості, однозначності та відтворюваності. Всі одиниці, які розглядаються дослідником, мають бути зафіксованими згідно з раніше прописаним методом аналізу, а не згідно особистої інтерпретації науковця. Цей специфічний об'єкт контент-аналізу, зазначає Лаурістін (1974), вказує на надзвичайно важливий момент даного підходу. Аналіз відбувається не через розуміння тексту як єдиного джерела, який складається із окремих одиничних повідомлень. Відбувається аналіз самого потоку інформації, кількості згадок із підрахунком їхніх зустрічей один із одним. Тому, акцентується увага не лише на саму згадку про явище як автономний досліджуваний об'єкт, а радше на процес подання її як новизни конкретного явища або інтересу до нього (М. Гравитц, 1972).

Дуже важливо зауважити, що сконструйована соціальна дійсність буде залежати від того, в якому суспільстві відбувається аналіз, які інституції регулюють поданням масової інформації. Але, навіть зважаючи на це, дослідник не має права відходити від об'єктивної методики аналізу. Це обов'язковий критерій для підтримки незаангажованої складової. Дослідник, дотримуючись чітких кордонів та меж, в яких текст має право бути проаналізованим, зможе з легкістю встановити основні чинники підрахунку та порівняння феноменів, які він виділяє за основні. Присутня систематичність контент-аналізу зобов'язує науковця до чіткості та зрозумілості у процесі кодування. Дослідниця Наталя Костенко (2003) вважає, що цей момент є найбільш визначним при розгляді потенційної небезпеки порушення об'єктивності суб'єктивним впливом на цей текст. Результати повинні спиратися виключно на підраховані матеріали усього дослідження, а не окремих його частин. Це надає перевагу контент-аналізу перед іншими

дослідженнями, адже висновок є виключно об'єктивним із самих даних, а не від дослідника; незалежність від науковця сприяє незаангажованості. Це важливий момент для підтвердження неможливості особистої інтерпретації матеріалу, який може надати теоретично хибні рамки аналізу через результати, які виникли, і через іманентний сенс, який із них дослідники можуть отримати.

Дотичним до даного аспекту є процес підбору текстів для аналізу, яким має керуватись дослідник. Для того щоб результати були статистично значимими, потрібно обрати масштабний, великий масив інформації із можливістю простежувати різні аспекти досліджуваного феномену. Але, враховуючи даний момент, інформація не може бути різномірною. Тексти мають в собі містити згадки про схожість або навіть однаковість явищ досліджуваного об'єкту. Спільні характеристики, які є згадані у текстах, теж повинні бути враховані під час контент-аналізу. Надійність та валідність при проведенні даного аналізу виникає внаслідок того, що результат майже не залежить від думок та впливу аналітика, що проводить цей аналіз. Але, навіть враховуючи даний момент, критерій підбору документів може часто стати предметом для маніпуляції даними. Вибір досліджуваного матеріалу є надзвичайно залежний від дослідника, адже вибір конкретних джерел і не вибір інших може змінити дані, які будуть отримані методом контент-аналізу. Тому, до відбору джерел необхідно ставитися максимально не заангажовано, незважаючи на те, який саме метод обстеження вибирається, чи сукупний, чи вибірковий (Костенко, 2003).

Завдання контент-аналізу безпосередньо впливає із методу отримання результатів. Підрахунок кількості текстових феноменів надає нам чіткого об'єктивного результату. Завдання контент-аналізу як об'єктивної методики полягає у вивченні складних суспільних явищ, які мають вплив на широкі кола населення. Вони можуть бути як дедуктивно насаджені суспільству через форми, які використовуються ЗМІ, наприклад, через пропаганду чи агітацію, але також можуть мати і індуктивний вплив через, наприклад, соціальні

цінності чи інтереси. Семенов (1982) вважає, що контент-аналіз повинен об'єктивно подавати інформацію, яка фокусується в першу чергу на психологічних та психолінгвістичних аспектах, адже повинно простежуватися також ставлення специфічного рівня і самого автора до створеного ним ж тексту. Загалом, завдання контент-аналізу полягає у знаходженні у тексті найбільш відповідних феноменів та їхній аналіз із відповідністю до усіх встановлених або до соціологічних норм інтерпретації, або до будь-якої іншої науки, які мають здатність використовувати даний вид масивного аналізу (Костенко, 2003).

Наталія Костенко (2003) наголошує, що дуже важливою частиною контент-аналізу є можливість оцінити модель дійсності, яку відображають відібрані джерела. Чіткість їхнього аналізу повинна логічно простежуватися через встановлений план дослідження. Необхідність встановлення гіпотез перед проведенням контент-аналізу не позбавляє його об'єктивності, проте може надати чіткі рамки, за які не можна виходити, щоб досягти найбільш оптимального відповіді на поставленні запитання (George A., 1959). Проте, безсумнівно, вони є гнучкими та можуть змінюватися в залежності від проведення дослідження. Як і будь-яке інше дослідження, контент-аналіз потребує перед початком представити гіпотези, мету дослідження, вибірку, об'єкт та предмет дослідження, масив публікацій, що буде аналізуватись.

Найважливіший момент усього дослідження є обрання категорій. Вони задають напрямок для усієї подальшої роботи та способу представлення результатів. Від правильності їхньої назви може залежати не лише репрезентативність дослідження, але й навіть сам процес аналізу тексту. Категорії – це позначення конкретного фрагменту специфічним словом, який може бути важливим для обрамлення досліджуваного об'єкту загалом. Охоплення категоріями усього важливого інформаційного масиву мусить бути здійсненим в залежності від важливості кожного феномену для досліджуваного об'єкту в контент-аналізу. Тут важливо знайти золоту

середину і зробити так, щоб категорії не були надто вузькими, але і не були надто генералізованими (Костенко Н., 2003).

Більшість дослідників дійшли згоди, що під категоріями мають на увазі певні лаконічні висловлення щодо проблеми самого об'єкту дослідження, відповідно до якого систематизують одиниці аналізу. Костенко (2003) також вносить свою лепту у дискусію щодо категорій та стверджує, що категорія дослідження – це одне з основних понять контент-аналізу, яке вказує на напрямок усього дослідження взагалі.

Контент-аналіз може бути пошуковим, контрольними, спрямованим та неспрямованим, непрямим та прямим, а також структурним. В моєму дослідженні я використала метод прямого контент-аналізу. Категорії у ньому повинні відповідати чіткості та лаконічності. Вони є ціллю усього дослідження і виводяться як перед самим аналізом, так і під час його здійснення. Самі тексти є їхнім джерелом, а досліджувані феномени – вказують на їхню релевантність та істинність. Вони дають змогу акцентувати увагу не на багатозначності текстів, а на виокремленні єдиної важливої інформації, яка стосується об'єкту дослідження (Костенко, 2003).

Щоб обрати правильні одиниці аналізу, вони мають збігатись з цілями та завданнями дослідження, відповідати специфіці аналізованого документа. Необхідно виділити одиницю реєстрації, яка є ознакою матеріалу або характеризує його. Найчастіше це повторення слова у тексті, який аналізується дослідником. Проте, бувають інші випадки, коли досліджується частота фраз персон, дійових осіб або згадка про тему, яка аналізується в сукупності. Г Лассвелл (1927) вважає, що одиницею аналізу також може бути політичний символ. Заборона американських газет, які латентно просували політичну підтримку нацистів у масову свідомість американців, була здійснена саме завдяки його підходу до контент-аналізу. Для Lasswell Н. (1927) важливим є подання символічного знаку для мас; їхній підрахунок повинен дати обґрунтований та об'єктивний аналіз.

Berelson (1952) вважає, що суспільство побудоване на символічних інтеракціях. Його спосіб підрахунку ускладнюється не лише кількістю появ, але також доповнюється величиною текстів, залежністю від місця розташування, актора, жанру і так далі. Кожен із цих моментів є важливим, адже вказуватиме на людське проведення часу у читанні конкретного інформаційного ресурсу. Якщо пропустити хоча б один важливий для політичної ідеології символ у комікс, який є дуже популярний серед молоді, то він буде частіше зустрічатися серед людських очей, ніж якщо пропустити цей символ у надто вузьке видання газети наукового спектру. Така ж ситуація із місцем положення символу; на титульній сторінці і, наприклад, на передостанній.

Для візуальних методів контент-аналізу важливим також є анімовані картинки, відео та фільми. Тут важливим є не лише кількість згадок і їхнє місцерозташування; варто взяти до уваги, що час, протягом якого показували конкретний кадр теж відіграватиме роль. Частота виділення конкретних кадрів хоч і має сенс, проте їхня більша кількість не може означати якісніший вплив, чим менша кількість із більшим часовим інтервалом (Leeuwen & Jewitt, 2001, pp. 10-35).

Щодо сучасних інформаційних платформ, то тут найважливішим є текст, який відразу трапляється на очі. Наприклад голосні заголовки, які привертають увагу читачів (Костенко, 2003). Проте, для мого дослідження є важливим не лише підрахунок яскравих назв, але і сенс статті загалом. Тому, у своєму контент-аналізі я використала метод підрахунку феноменів як окремих категоріальних одиниць в текстах українських ЗМІ.

Засоби масової інформації знаходяться під потужним впливом культурних та політичних сил, які формують ціннісний вакуум, згідно з яким створюється конкретний образ певного явища. Це призводить до стигматизації індивідів, або цілої групи, які є некорисними для цих культурних та політичних сил. Маргіналізація індивідів відбувається постійно; часто це

можна побачити на прикладі людей, що обрали шлях мігранта (Костенко, 2003).

Коректна репрезентація образу українського трудового мігранта є завданням контент-аналізу у цій роботі. Варто врахувати, що кожне видання, яке я проаналізувала, має певну аудиторію і формуватиме свій ціннісний вакуум спеціально для неї. Об'єктивність контент-аналізу допомагає зібрати різні ціннісні критерії, що орієнтовані на відтворення цілісного образу середовища, в якому домінує такий образ. У даному випадку я збирала ціннісний образ про мігранта, який є сформований виданнями Українська Правда та Новое Время. За допомогою аналізу статей даних видавництв вдалось зрозуміти, як саме ЗМІ висвітлюють у суспільстві уявлення про мігрантів.

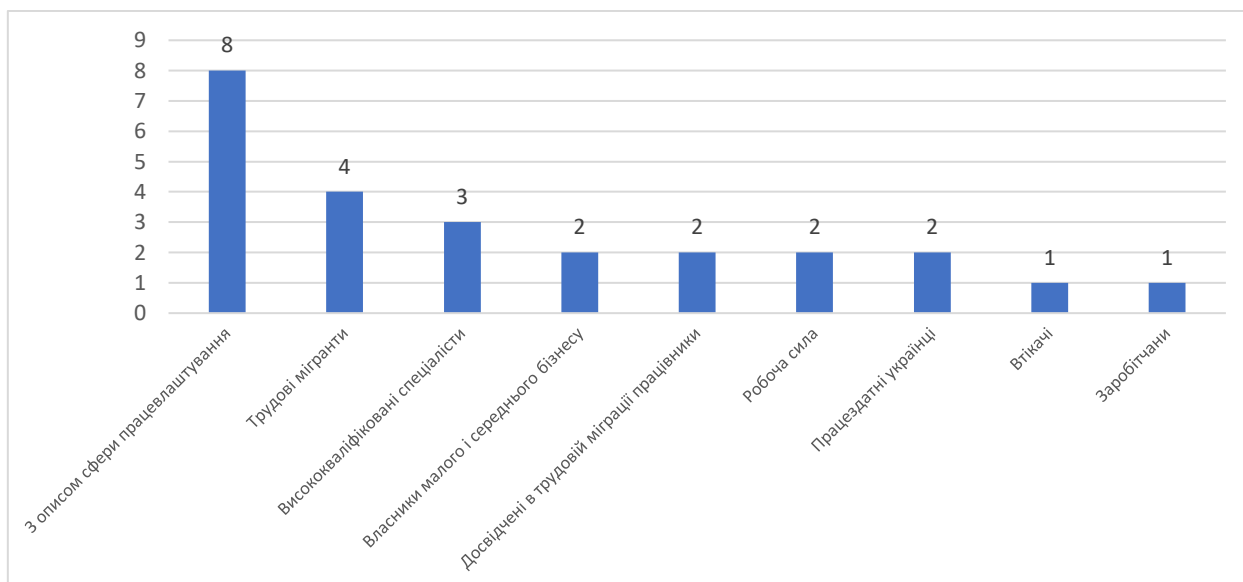
2.2. Результати дослідження

В ході проведеного контент-аналізу українських видань «Українська Правда» та «Новое Время» вдалось репрезентувати образ українського трудового мігранта та оцінити наскільки стереотипним він є. В темі було заявлено, що контент-аналіз ґрунтуватиметься на розгляді статей за період 2011-2021 років. Вже на початку дослідження було виявлено, що видання «Українська Правда», було засноване у 2000 році у Києві. Врахувавши часові рамки мого дослідження, перші згадки про українських працівників, які працюють закордоном, з'явились лише в 2015, тож і аналіз починатиметься з 2015 року.

Відповідно аналіз публікацій на емігрантську тематику в «Українській правді» починається з першої наявної публікації у 2015 р. У даному виданні, українських трудових мігрантів закордоном, описували наступними словами або термінами: *трудові мігранти (4), висококваліфіковані спеціалісти (3), робоча сила (2), працездатні українці (2), об'єднання трудових мігрантів (1),*

робітники (1), трудова діаспора (1), працівники (1), трудова громада (1), кваліфіковані кадри (1), некваліфіковані працівники (1). Засоби масової інформації також часто згадують про українських працівників закордоном вже в контексті їх сфери зайнятості: *працівники будівельної сфери (2), транспортної сфери (1), водії (1), працівники сільськогосподарської сфери (1), сфери медобслуговування (1).* Також зустрічався термін «*утікачі*» (1), який можна було зустріти в основному в контексті пов'язаному із темою війни на Сході, або в контексті «*втікачів*» від економічних проблем.

Згідно з Рисунком №3, який демонструє частоту використання певних слів-характеристик мігрантів, вдалось виявити, що медійники видання «Українська Правда», використовують переважно нейтральну лексику, наприклад такі вислови, як: «*трудові мігранти*» (4), «*робоча сила*» (2). Хоча «Українська Правда» також згадує про те, в яких саме сферах залучені українські працівники закордоном. Переважно це сфери, які потребують певних попередньо здобутих кваліфікацій, знання мови, попереднього досвіду роботи і т. д. Найчастішими професіями серед згаданих, є педагогіка, медицина, сфера будівництва та транспортна сфери. Також видання «Українська Правда» розвиває образ українських мігрантів, як досвідчених спеціалістів та власників бізнесів.



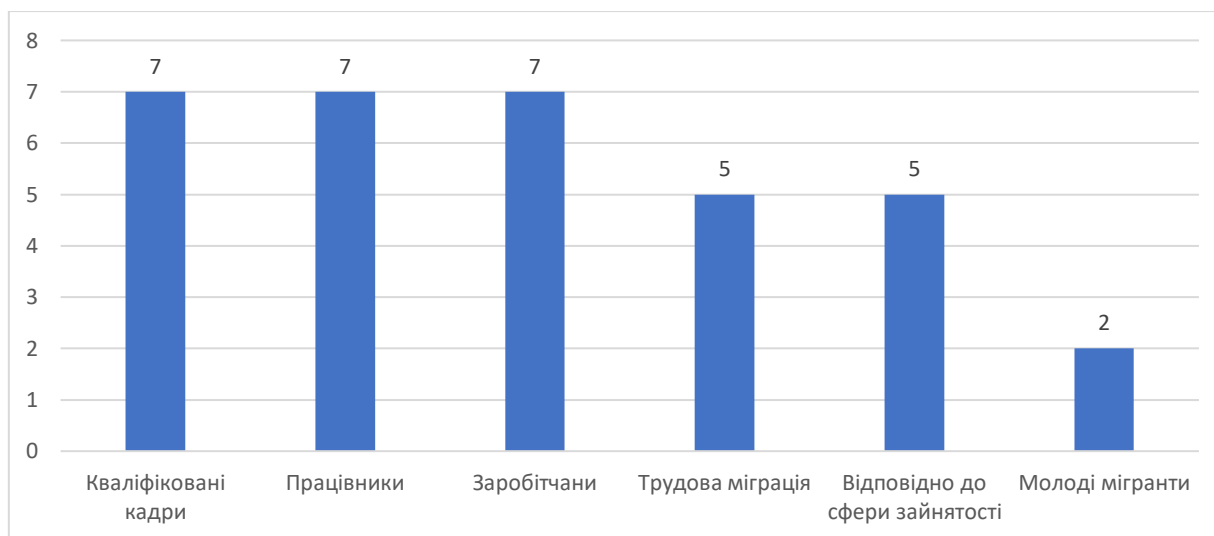
Висловлювання, які згадувались найчастіше у статтях видання «Українська Правда»

Джерело: результати контент-аналізу «Образ трудового мігранта в українських ЗМІ»

Наступним виданням, яке я взяла до уваги у своєму контент-аналізі – український суспільно-політичний журнал «Новое Время». Оскільки їхня робота розпочалася лише з 2014, і до 2021 публікації виходили виключно російською, а питання трудової міграції отримало місце у цьому видавництві лише з 2017 року, то часовий проміжок мого аналізу відбувався з 2017 по 2021 роки. В порівнянні з «Українською Правдою» у видавництві «Новое Время» набагато частіше звучить слово «заробітчанин» (7 разів), що вже несе в собі певне стереотипне уявлення (Див. Рисунок №4). В публікаціях в «Новое Времени» найчастіше згадуються терміни *мігранти* та *працівники*, які генералізують усіх представників українських трудових мігрантів. Окрім того, досить часто українських працівників закордоном називають *кваліфікованими кадрами* (7), *трудою міграцією* (5), а також поєднують в одну групу і називають словами *робоча сила* (1), *робітники* (1), *мігранти* (1). Також, все

частіше починають лунати висловлювання, які позначають рід діяльності, наприклад: *педагоги (1), студенти (1), будівельники (1), IT-заробітчани (1)*.

Рисунок №4



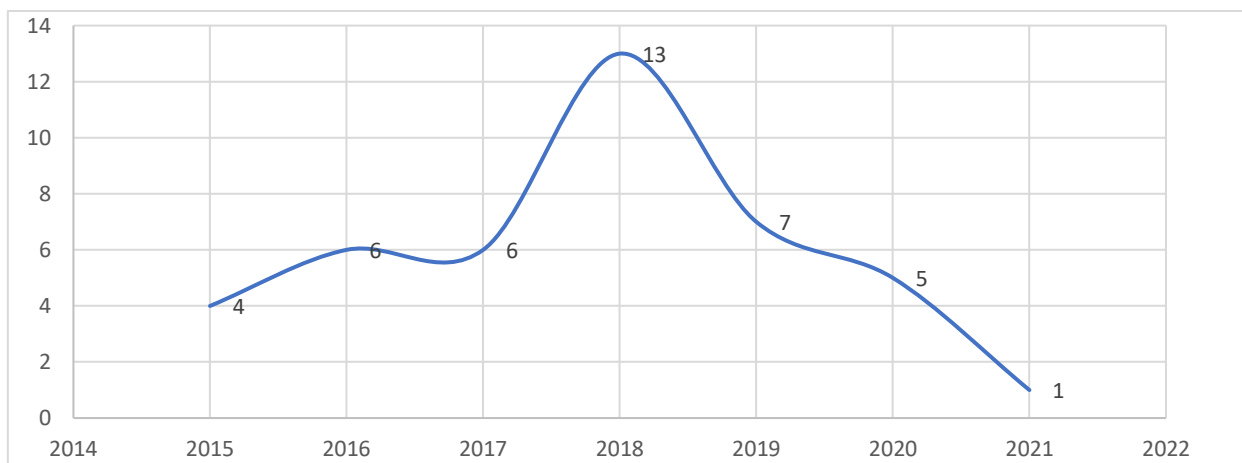
Висловлювання, які згадувались найчастіше у статтях видання «Новое Время»

Джерело: результати контент-аналізу «Образ трудового мігранта в українських ЗМІ»

В ході аналізу стало зрозуміло, що до гіпотеза 1: *Українські ЗМІ створюють стереотипізований образ українських трудових мігрантів, що в подальшому призводить до стигматизації даної соціальної групи*, виявилась хибною. Стало зрозуміло, що в цілому ставлення до українських трудових мігрантів є більш нейтральним та іноді обговорюється в досить позитивному світлі. Стереотипні та негативні висловлювання, які часто зустрічалися під терміном *заробітчанин*, траплялися дуже рідко (1 згадка в «Українській Правді» і 7 згадок в «Новом Времени»), хоча дане висловлювання є дуже поширеним в українському суспільстві. Більше того, здійснивши контент-аналіз, вдалось дійти висновку, що в загальному ставлення медійників до українських мігрантів закордоном є позитивним, так як їх позиціонують в більшості як високваліфікованих працівників та одночасно мігрантів, що

залучені в такі сфери як, наприклад, медобслуговування, педагогіка, які вимагають певної кваліфікації та попереднього досвіду роботи.

Також одним з завдань було виявити закономірності у висловлюваннях та роком виходу публікації. Якщо характеризувати українську трудову міграцію, як об'єкт інтересу в матеріалах «Української Правди» в 2015 році (4 згадки), то найчастіше зустрічаються категорії, які відносяться до працелюбності та працьовитості. В 2016 (6 згадок) про українських робітників, які перебувають закордоном, говорять як про людей, що мають хорошу репутацію. Такий самий образ створили статті за 2017 рік (6 згадок). Проте, за невідомих причин в 2018 році (13 згадок) ставлення до українських працівників, що їдуть закордон, трохи похитнулось (Див. Рисунок №5). В цей період вперше почали лунати фрази про *«втечу українців» (1)* з їхньої держави; розпочалася політика іменування українців як некваліфікованих працівників. Якщо раніше закордон виїжджали в переважній більшості ті, хто мав змогу отримувати інтелектуальну роботу або міг підтвердити кваліфікацію, яка була здобута ним в Україні, то з часом туди почали виїжджати усі підряд, беручись за роботу будь-якого типу.



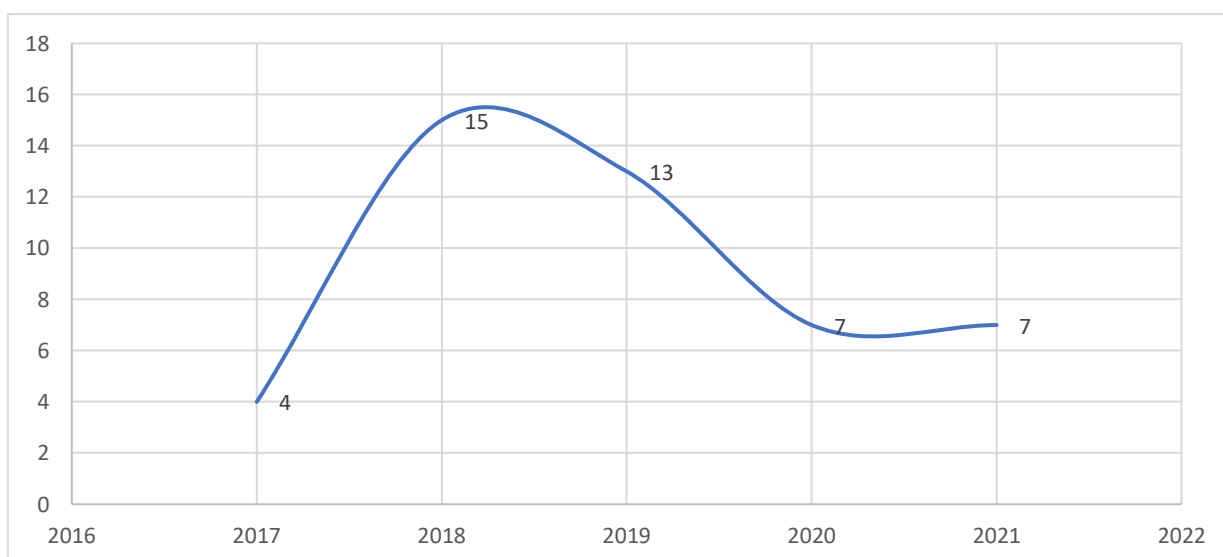
Динаміка згадок про трудових мігрантів у статтях видання «Українська Правда»

Джерело: результати контент-аналізу «Образ трудового мігранта в українських ЗМІ»

Статті за 2019 рік (7 згадок) не стали багатими на згадки про міграцію, більше згадувались сфери їхнього працевлаштування, а саме будівництво, транспортна сфера, сільське господарство, виробництво, робота у вищих навчальних закладах, а також у сфері медобслуговування, проте про самих мігрантів інформації було значно менше. В 2020 (5 згадок) році знову присутня невелика кількість згадок, та вже у порівнянні з 2021 роком (1 згадка) це дає можливість про актуальність цієї теми в ЗМІ. Та в 2020-2021 роках говорять про українських трудових мігрантів як про освічених та ще й досвідчених трудових мігрантів. Про них також згадують як про професіоналів, які мають досвід роботи як в Україні, так і закордоном. Ця тема широко стала пов'язана із пандемією, яка насунулася на увесь світ і гострою потребою у сезонних працівниках. Як видно на графіку, найбільше згадок про мігрантів у ЗМІ можна зустріти саме у 2018 році (Див. Рисунок №6).

Щодо інтересу до теми українського трудового мігранта то тут варто зазначити, що немає чітко визначеної особливості для окремої ЗМІ. На приклад найбільше матеріалів по цій тематиці у «Новое Время» було представлено у 2018 році (15 згадок), та у 2019 році (13 згадок). Інші ж роки не мали жодних особливостей, та мали приблизно однакову та невелику кількість -4 згадки у 2017, та по 7 згадок у 2020 та 2021 роках (Див. Рисунок №6).

Рисунок №6



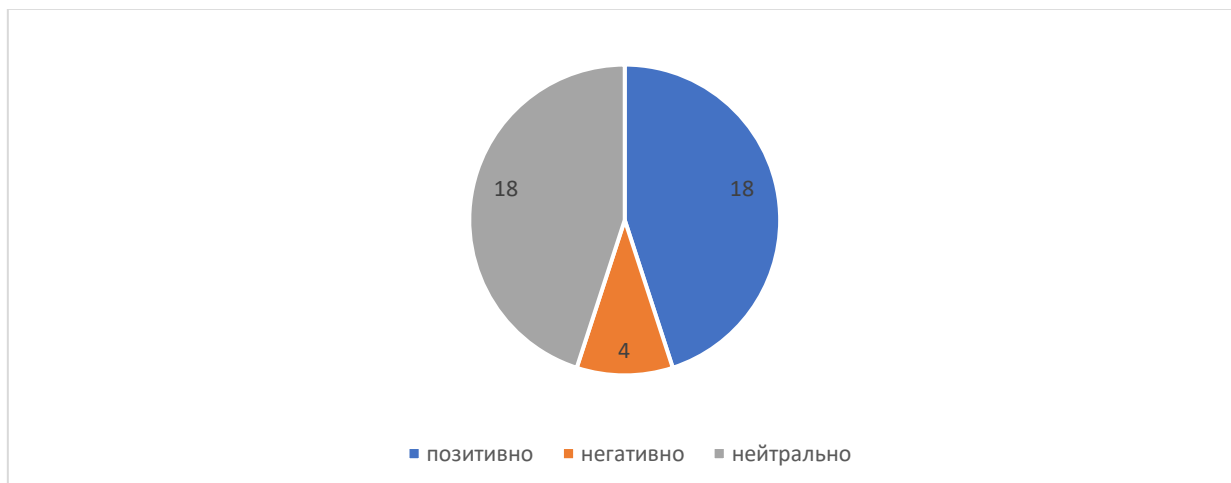
Динаміка згадок про трудових мігрантів у статтях видання «Новое Время»

Джерело: результати контент-аналізу «Образ трудового мігранта в українських ЗМІ»

Питання досвіду працівників в ЗМІ широко стала корелювати із проблемою COVID-19. Це спричинено тим, що саме тоді набули популярності практики запрошення українських трудових мігрантів. В основному це стосувалося тих, хто їхав на конкретні сезонні роботи. Це стало рушійним фактором, адже українці складають значиму частку серед сезонних мігрантів у інших державах, і відповідно мають потужний вплив на економіку чужих країн.

Наступним кроком в аналізі було розробити образ українського трудового мігранта в контексті призми позитивного/негативного/нейтрального висвітлення міграції. В ході аналізу стало зрозуміло, що видавництво «Українська Правда» переважно надає позитивний або нейтральний характер українським трудовим мігрантам (Див. Рисунок №7). Час від часу зустрічаються засуджуючі висловлювання, такі як от «втікачі» (1). В цілому поглянувши на згадки про трудову міграцію у матеріалах «Української Правди» за період 2015 – 2021 років, можна зробити висновок, що дане видання не створює стереотипний образ українського працівника закордоном та не вішає ярлики, а навпаки намагається просунути у суспільство ідею, що це є висококваліфіковані працівники, які здатні позитивно представляти Україну на міжнародній трудовій арені. Тож підсумувавши всі висловлювання, вдалось виявити їх характер як позитивний та нейтральний.

Рисунок №7

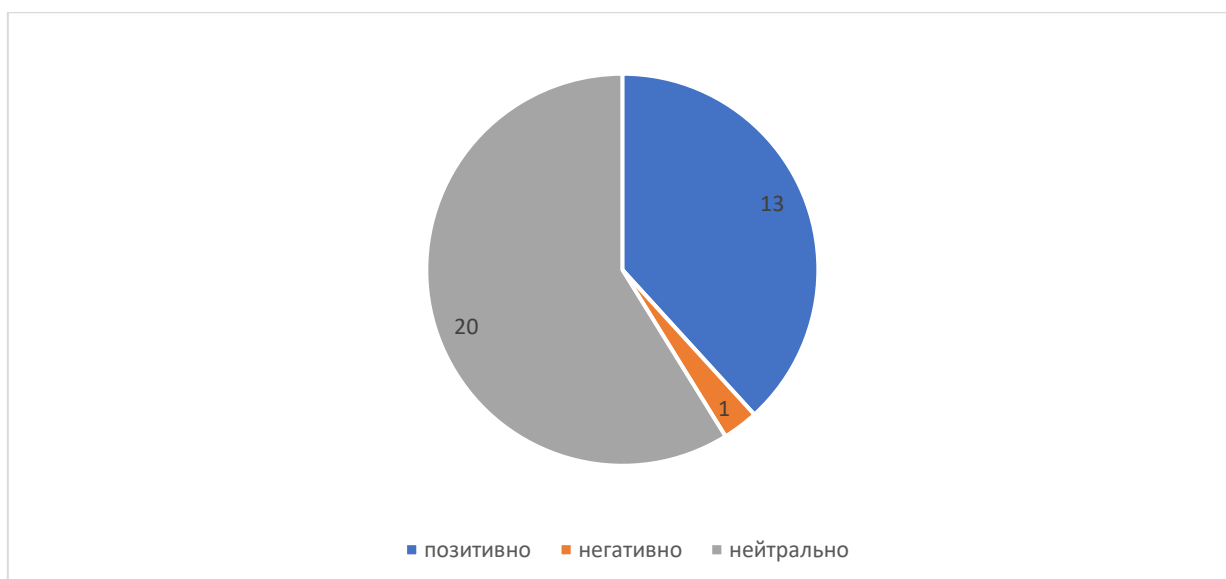


Образ українських трудових мігрантів у статтях видання «Українська Правда»

Джерело: результати контент-аналізу «Образ трудового мігранта в українських ЗМІ»

Та щоб зрозуміти який образ трудового мігранта створювали ці згадки потрібно звернутись до рисунка №8, який наочно показує, що переважно в «Новое Время» нейтральні згадки є домінуючими (20 згадок). Більшість згадок у матеріалах «Новое Время» створювали позитивне сприйняття українських мігрантів, адже про них писали як про кваліфікованих та працюючих (13 згадок). До позитивних згадок додається більш професійний орієнтований опис, як, наприклад, ІТ – фахівці (1 згадка). Також про українських мігрантів писали як про «своїх співвітчизників», а також використовували вже давно відомі описи, такі як *працівники, заробітчани, трудові мігранти*, що разом склало 20 згадок. Тож в цілому, вдалось виявити, що «Новое Время» не намагається придумати якісь гучні назви чи висловлювання щодо трудових мігрантів, а навпаки притримується методу нейтрального обговорення цієї тематики.

Рисунок №8



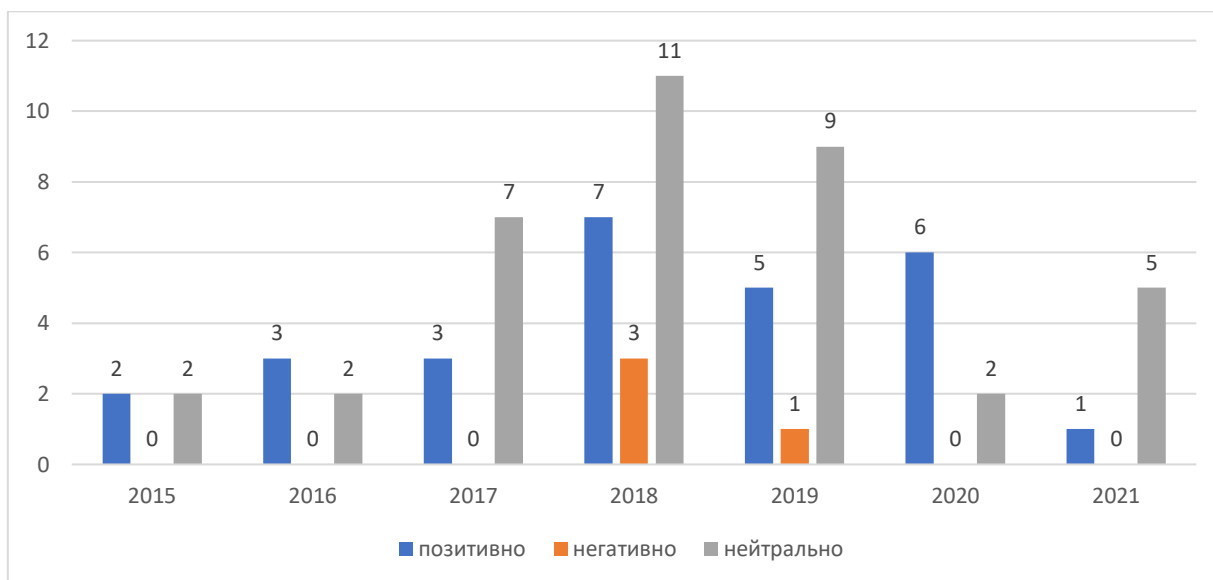
Образ українських трудових мігрантів у статтях видання «Новое Время»

Джерело: результати контент-аналізу «Образ трудового мігранта в українських ЗМІ»

У проаналізованому масиві обидва із видавництв пишуть про мігрантів у позитивному або ж нейтральному аспекті. Згідно першого розділу, українці

частіше працюють за офіційними дозволами, працюють на роботах, що потребують кваліфікації та навичок, та ЗМІ все ще звертає багато уваги саме на ту меншість, яка створює негативний образ, наприклад на нелегалів, втікачів. Хоча варто додати, що це відхилення не є сильно значущим цього за результатами нашого контент-аналізу (Див. Рисунок №9).

Рисунок №9



Порівняння к-сті згадок про трудових мігрантів в емоційно-забарвленому контексті у виданнях «Українська Правда» та «Новое Время»

Джерело: результати контент-аналізу «Образ трудового мігранта в українських ЗМІ»

В рамках гіпотези №2: *Сприйняття трудової міграції видозмінилось в період пандемії COVID-19 в позитивну сторону, адже мігрантів почали сприймати як один з рушіїв економіки в кризовий період*, можна сказати, що дана гіпотеза була створена на підставі того, що в період пандемії для українських працівників були створені ексклюзивні умови, які допомагали їм продовжувати працювати закордоном, аби приїхати на сезонні роботи до інших країн ЄС. Наприклад Польща зробила виняткові дозволи, що дозволяли в'їзд до країни, а такі країни як Фінляндія, Німеччина, Чехія організовували

чартерні рейси, щоб привезти українських робітників, особливо це стосувалось сезонних працівників (О. Koshulko, & S. Dzholos., 2020). Хоч ця гіпотеза і не підтвердилась, адже підсумувавши кількість позитивних/негативних/нейтральних згадок в обидвох виданнях показали, що трудові мігранти, які працюють закордоном, згадуються в українських ЗМІ в нейтральному контексті, і зрідка (у 2018, та 2019 роках) в негативному світлі, хоча можна зауважити, що саме в пік пандемії COVID-19 негативних згадок взагалі не було (Див. Рисунок №7). Та дана гіпотеза була цікавою для дослідження, щоб зрозуміти за яких умов може видозмінитись сприйняття українських трудових мігрантів.

Гіпотеза 3. «Новое Время» в своїх статтях більше стереотипізує образ українського трудового мігранта, ніж «Українська Правда». Дана гіпотеза не підтверджується, адже видання «Новое Время» створює в цілому нейтральний образ та не намагається якимось чином стигматизувати чи маргіналізувати українських трудових мігрантів (Див. Рисунок №7). Підсумувавши всі згадки про українських працівників закордоном, та емоційне забарвлення, яке використовувалось у статтях, можна дійти висновку, що обидва видання дотримуються журналістської етики, є досить об'єктивними, та не намагаються впливати на суспільну думку через тематику трудової міграції.

Висновки до розділу 2

У розділі 2 за допомогою методу контент-аналізу було проведено дослідження на тему образу мігранта у загальноукраїнських засобах масової інформації, а саме у виданнях «Українська Правда» та «Новое Время» з метою виявлення стереотипних висловлювань. Різні соціальні образи формуються відповідно до уявлень та цінностей домінуючих у певних суспільствах, образ мігранта не є виключенням, адже медіа зображує міграцію та мігрантів відповідно до реалій, в яких живе суспільство, відповідно до їхнього уявлення про міграцію. Однак дане дослідження показало, що рівень стереотипізації українськими ЗМІ українських мігрантів, які працюють за кордоном, є дуже

незначним і переважно не спотворює їх образ. Однак, варто зауважити, що дане дослідження охоплювало не надто великий обсяг друкованих джерел, лише два видання, що разом налічувало близько 40 статей. Крім того, це дослідження також мало географічні обмеження, адже обидва видання знаходяться у Києві та мають цільовою аудиторією мешканців Києва та переважно центральних регіонів, хоч і позиціонують себе як загальноукраїнські. Також, видання «Новое Время» спочатку випускало свої статті лише російською, що свідчить про те, що їх цільовою аудиторією були мешканці східних, південних та північних областей, і відповідно образ мігранта створювався під їхній ціннісний вакуум, що і є одним з наріжних каменів конструктивістської теорії.

Висновки

Метою цієї роботи було виявити та описати основні характеристики українського трудового мігранта представлені в публікаціях українських засобів інформації, а саме у виданнях «Українська Правда» та «Новое Время» у 2011-2021 рр. В цілому, це дослідження дозволило подивитись на трудову міграцію під новим кутом, виявити особливості української трудової міграції в часи Незалежності, а також в окремі кризові періоди, такі як початок війни з росією, та пандемією COVID-19, і який вплив це має на загальний образ мігранта в медіа, та як цей образ впливає на сприйняття мігрантів в суспільстві. Також за результатами дослідження було виявлено, що українські медіа не так часто та активно пишуть про нелегальну міграцію, та її негативний вплив на образ мігранта.

Проведений аналіз ще раз нагадав про актуальність теми міграції як такої, та її складової-трудової міграції. Тема трудової міграції потребує детальнішого аналізу, зокрема досліджень формування образу мігранта з точки зору географічного розташування видання. Також цікавим міг би стати порівняльний аналіз того, яким бачать українського мігранта видання з різних регіонів.

Іншим важливим аспектом даної роботи є демонстрація можливостей контент-аналізу для дослідження теми трудової міграції. Це дозволило зрозуміти, що саме цей метод відкриває нові горизонти дослідження, і може використовуватись в подальшому, так як є досить надійним методом та дозволяє досліднику залишатись об'єктивним та подавати незалежні від його настроїв та поглядів результати.

Перевагою даного аналізу є те, що на основі кількісних підрахунків мені вдалось скласти домінуючий у медіа ЗМІ. Також завдяки проведеному контент-аналізу вдалось порівняти отримані дані, наприклад в даному дослідженні вдалось порівняти згадки за роками, таким чином дізнатись в

якому році цій тематиці приділяли більше уваги, в якому – менше. Виявлення цих тенденцій дозволяє зіставити їх з контекстом, політичними рішеннями щодо міграції та суспільним дискурсом й, відтак, знайти пояснення збільшення чи зменшення уваги до теми трудової міграції. Варто додати, що вдалось виявити основні характеристики, якими медіа наділяють українських мігрантів. А також тенденції, як характеристики змінюються від просто висловлювань про мігрантів, до опису їх кваліфікацій та навичок, що в цілому створює приємне враження.

Крім того, дослідження також виявило, що переконання про те, що засоби масової інформації подають інформацію викривлено та неправдиво, виявилась хибною. В реальності, українські медіа намагаються подавати інформацію змістовно, не упереджено, та в переважно нейтральному характері. Цей аналіз дозволив зрозуміти, що медіа залишають інформацію на роздуми, та дозволяють людям самим обрати, як вони сприйматимуть те чи інше явище. Також припущення про те, що саме друковані видання мають сильний вплив на стигматизацію трудових мігрантів виявилось хибним, і це дозволяє зрозуміти, що є інші чинники, які впливають на створення негативного ставлення до трудових мігрантів в суспільстві, та якраз об'єкт цього дослідження (опрацьовані публікації) не мають прямого негативного впливу на створення стереотипного образу трудових мігрантів.

Використана література:

1. Berelson B. (1952) *Content Analysis in Communication Research*. Glencoe: Free Press
2. Berger, P. L., Luckmann, T. (1966) *The Social Construction of Reality. A Treatise on sociology of Knowledge*. Doubleday & Company. New York
3. CEDOS (2016) *Українські студенти закордоном: скільки та чому?*
Взято з: <https://cedos.org.ua/researches/ukrainski-studenty-za-kordonom-skilky-ta-chomu/>
4. European Commission (2018). *Why do people migrate?* Available at: https://knowledge4policy.ec.europa.eu/publication/why-do-people-migrate-infographic_en
5. Feduyk O., Kindler M. (2016) *Ukrainian Migration to the European Union. Lessons from Migration Studies*. IMISCOE Research Series
6. George A. (1959) *Propaganda Analysis: A Study of Inferences Made from Nazi Propaganda in World War*. Evanston
7. Hall, S (1997) *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. SAGE Publications
8. Hostly, 1969 *Content Analysis for the Social Sciences and Humanities*. Addison-Werley: Reading
9. Lasswell H. (1927) *Propaganda Technique in the World War*. N.Y
10. Lebedeva A. (2014) *The Construction of Immigrants Identity in the EU*. Umeå Universitet
11. Lee E. (1966) *A Theory of Migration*. Demography. No. 3. Population Association of America
12. Mcauliffe M. & Triandasyllidou A. (eds.) (2021) *World Migration Report 2022*. International Organisation for Migration (IOM, Geneva)
13. Mcauliffe M. & Triandasyllidou A. (eds.) (2021) *World Migration Report 2021*. International Organisation for Migration (IOM, Geneva)

14. O. Koshulko, & S. Dzholos (2020) *COVID-19 and labor migration of need, despair, poverty from Ukraine to Europe*. MEST Journal Vol. 9. № , pp. 61-67
15. OECD (2022) *International Migration Outlook 2022*. OECD Publishing, Paris.
16. Titscher, S., Meyer, M., Wodak, R., & Vetter, E. (2000). *Content analysis*. SAGE Publications Ltd, <https://doi.org/10.4135/9780857024480>
17. UNHCR (2023) *Ukraine refugee situation*. Operational data portal.
18. Van Leeuwen T., Jewitt C. (2001) *Handbook of Visual Analysis*. London: SAGE.
19. Yuzva L. & Tashchenko A. (2021) *'Who contributes more?' How Ukrainian media construed migrants' life strategies vs. what the Ukrainian public wanted to know*. Springer, Humanities and Social Sciences Communications
20. Бурка А., Боднарук М. (2020) *Зовнішня трудова міграція*. Матеріали конференції Правові виклики сучасності: міжнародна міграція в умовах глобалізації. ст. 36-38. ЧНУ ім. Ю. Федьковича
21. Вишновецька С. (2020) *До питання про поняття трудової міграції та працівника-мігранта*. Матеріали конференції Правові виклики сучасності: міжнародна міграція в умовах глобалізації. С. 38-40. ЧНУ ім. Ю. Федьковича
22. Гетьманцева Н. (2020) *Проблеми міграції як соціального явища*. Матеріали конференції Правові виклики сучасності: міжнародна міграція в умовах глобалізації. С. 40-43. ЧНУ ім. Ю. Федьковича
23. Годованська О. (2010) *Українська трудова міграція: етнологічний аспект*. Світогляд №6
24. Городецька Г.І., (2014) *Між «тут» і «там»: Маргіналізація українських трудових мігрантів*. Український соціум (2), 7-17
25. Державна служба статистики. *Міграційний рух населення за типом місцевості у 2002-2020 роках. Міждержавна міграція*. Взято з: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/ds.htm

- 26.Дмитриев А. (2004) *Конфликтоспособность миграции: глобальный аспект*. Социологические исследования, (10), 4-13.
- 27.Ичдуйгу, А. (2001). *Региональные и локальные перспективы. Политика международных мигрирующих режимов: транзитные миграционные потоки в Турции*. Международный журнал социальных наук, (032), 131-142.
- 28.Іванченко С. (2011) *Нові теоретичні підходи та активні методи в соціальній психології та суміжних науках*. Наукові студії із соціальної та політичної психології. Зб. статей. Вип. 29 (32). С. 27-43.
- 29.Колиер П. (2016) *Как миграция изменяет наш мир*. Издательство Институт Гайдара
- 30.Костенко, Н., & Иванов, В. (2003). *Досвід контент-аналізу*. Моделі та практики/Наталія Костенко, Валерій Іванов—К.: Центр вільної преси.
- 31.Крижевська О. (2020) *Основні напрями вдосконалення державної політики у сфері вищої освіти в умовах зростання освітньої міграції*. Матеріали конференції: Правові виклики сучасності: міжнародна міграція в умовах глобалізації. С. 90-93. ЧНУ ім. Ю. Федьковича
- 32.Кульчицька К., Мініч Р. (2019) *Міфи і факти про українську трудову міграцію до країн Вишеграду*. ГО «Європа без бар'єрів»
- 33.Лауристин М. (1974) О некоторых методологических вопросах анализа содержания массовой информации. Вопросы философии, №6
- 34.М. Гравитц (1972) *Методи соціальних наук*. Прогресс
- 35.Малиновська, О. А. (2018). *Трудова міграція громадян України за кордон: виклики та шляхи реагування*. Ринок праці та зайнятість населення, (3), 39-44.
- 36.Мельник, В. В. (2009). *Шляхи і напрями оптимізації соціально-культурної політики в умовах культурної глобалізації*. URL: https://oldzdia.znu.edu.ua/gazeta/VISNIK_39_7.pdf
37. МОМ (2021) *Міграція в Україні: цифри і факти*. Видано Міжнародною Організацією Міграції

38. Новое Время. 2017-2021
39. Орланова, А. (1981) Контент-анализ социально-экологической проблематики прогнозно-целевого характера. Вопросы теории и методов социологических исследований. Издательство Московского университета. Выпуск. 4.
40. Орловська Н. (2019) *Актуальні питання запобігання нелегальній трудовій міграції у контексті стратегії державної міграційної політики України*. Матеріали конференції Проблеми реалізації стратегії державної міграційної політики України. С. 73-77. Національний Інститут Стратегічних Досліджень. М. Київ
41. Пиаже Ж. (1969) *Избранные психологические труды*. Прогресс
42. Прибиткова І. (1999) *Сучасні міграційні процеси: теоретико-методологічні аспекти досліджень*. Соціологія: теорія, методи, маркетинг, (1), 161-172.
43. Про зайнятість населення. Розділ 1, стаття 1, пункт 23б (2013)
44. Ровенчак О. (2006) *Визначення та класифікації міграцій: наближення до операційних понять*. Львів, політичний менеджмент №2
45. Семенов В. (1982) *Метод изучения документов в социально-психологических исследованиях: Учебное пособие*. Издательство Ленинградского университета
46. Семчишин С. (2017) *Конструктивістське прочитання суверенітету в теорії міжнародних відносин*. «Молодий вчений», № 6 (46). ЛНУ ім. І. Франка.
47. Тичер С., Мейер М., Водак Р., Веттер Е. (2009) *Методи аналізу тексту та дискурсу*. Гуманитарний Центр, Харків
48. Українська Правда. 2015-2021
49. Шинкарук К. (2009) *Конструктивістська парадигма в дослідженнях міжнародних відносин: сутність і перспективи розвитку*. НТТУ «КПІ»
50. Э. фон. Глазерсфельд (2001) *Введение в радикальный конструктивизм*. Сер. 7, Философия. № 4. Вестник Московского ун-та.

Додатки:

Додаток №1

Найчастіше згадувані терміни, якими описували українських трудових мігрантів.

Видання «Українська Правда»

Трудові мігранти-4
Висококваліфіковані спеціалісти-3
Власники малого і середнього бізнесу-2
Робоча сила -2
Досвідчені в трудовій міграції працівники-2
Працевдатні українці-2
Українські будівельники-2
Працівники -1
Трудова громада -1
Мігранти -1
Українці, що працюють у сфері медобслуговування-1
Кваліфіковані кадри -1
Працівники у вищих навчальних закладах-1
Некваліфіковані працівники-1
Українці, зайняті на виробництві-1
Фахівці-1
Втеча українців-1
Заробітчани-1
Українські водії-1
Працівники, залучені в сільському господарстві-1

Працівники в транспортній сфері-1
Трудова діаспора -1
Мігранти з доброю репутацією-1
Робітники-1
Мігранти з хорошою репутацією-1
Українці, що працюють у сфері медобслуговування-1
Працьовиті мігранти-1
Об'єднання трудових мігрантів-1

Додаток №2

Згадки про мігрантів за роками 2015 - 2021. Видання «Українська Правда»

2015	Працьовиті, мігрантів, об'єднання трудових мігрантів, мігранти
2016	Трудові мігранти, хорошу репутацію, працюють, робітників, добру репутацію, високу кваліфікацію
2017	Трудовою діаспорою, працівників, трудовою громадою, мігранти, робочої сили, кваліфікованих кадрів
2018	Висококваліфіковані спеціалісти, некваліфіковані працівники, працездатних українців, фахівці, втеча українців, заробітчани, трудова міграція, працездатні громадяни, робочої сили, трудових мігрантів, українських водіїв, українських будівельників, українці
2019	Мігрантів, на будівництві, транспортній сфері, сільському господарстві, на виробництві, вищих навчальних закладах, сфері медобслуговування.
2020	Власники малого і середнього бізнесу, досвідчені в трудовій міграції працівники, отримавши досвід, свій бізнес, висококваліфіковану роботу
2021	Трудові мігранти

**Емоційне забарвлення в описі українських трудових мігрантів. Видання
«Українська Правда»**

2015	Працьовиті	ПОЗИТИВНО
2015	Працьовитість	ПОЗИТИВНО
2015	Мігранти	нейтрально
2015	Об'єднання трудових мігрантів	нейтрально
2016	Трудові мігранти	нейтрально
2016	Хорошу репутацію	ПОЗИТИВНО
2016	робітників	нейтрально
2016	Добру репутацію	ПОЗИТИВНО
2016	Високу кваліфікацію	ПОЗИТИВНО
2017	Трудовою діаспорою	нейтрально
2017	працівників	нейтрально
2017	Трудовою громадою	нейтрально
2017	мігранти	ПОЗИТИВНО
2017	Робочої сили	нейтрально
2017	Кваліфікованих кадрів	ПОЗИТИВНО
2018	Висококваліфіковані спеціалісти	ПОЗИТИВНО
2018	Некваліфіковані працівники	негативно
2018	Працевдатних українців	ПОЗИТИВНО
2018	фахівці	ПОЗИТИВНО
2018	Втеча українців	негативно
2018	заробітчани	негативно
2018	Трудова міграція	негативно

2018	Працевдатні громадяни	ПОЗИТИВНО
2018	Робоча сила	нейтрально
2018	Трудових мігрантів	нейтрально
2018	Українських водіїв	нейтрально
2018	Українських будівельників	нейтрально
2019	мігрантів	нейтрально
2019	На будівництві	нейтрально
2019	Транспортній сфері	нейтрально
2019	Сільському господарстві	нейтрально
2019	На виробництві	нейтрально
2019	Вищих навчальних закладах	ПОЗИТИВНО
2019	Сфері медобслуговування	ПОЗИТИВНО
2020	Власники малого і середнього бізнесу	ПОЗИТИВНО
2020	Досвідчені в трудовій міграції працівники	ПОЗИТИВНО
2020	Отримавши досвід	ПОЗИТИВНО
2020	Свій бізнес	ПОЗИТИВНО
2020	Висококваліфіковану роботу	ПОЗИТИВНО
2021	Трудові мігранти	нейтрально

**Найчастіше згадувані слова, що описують українських трудових мігрантів. Видання
«Новое Время»**

Кваліфіковані кадри-7
Працівники-7
Заробітчани-7
Трудова міграція-5
Молоді мігранти-2
Робоча сила-1
Прошарок професіоналів-1
Мігранти-1
Працевдатні громадяни-1
Працівники нелегали-1
Фахівці-1
ІТ-заробітчани-1
Педагоги-мігранти-1
Вчитель-мігрант-1
Студент-мігрант-1
Працевлаштовані мігранти-1
Будівельників мігранти-1
Робітники-1
Працюють доглядальницями-1
Кадри-1

Згадки про мігрантів за роками 2017 - 2021. Видання «Новое Время»

2017	Робочу силу, прошарку професіоналів, кадрів, людей
2018	Кваліфікованими кадрами, Молоді люди, працівникам, заробітчани, Кваліфіковану робочу силу, заробітчани, Кваліфікованого персоналу, Кваліфіковану робочу силу, Трудової міграції українців, працівників, Трудової міграції, Працюючий українець, мігранти, працівників, Кваліфіковані люди
2019	Працездатних громадян, Трудових мігрантів, Працівників нелегалів, Кваліфікованих робітників, Українських працівників, заробітчани, працівників, заробітчани, мігранти, фахівців, заробітчани, ІТ-заробітчани, Трудових мігрантів
2020	Заробітчани, фахівцях, робітників, працівників, співвітчизники, Трудові мігранти, працівники
2021	Трудових мігрантів, педагоги, вчитель, студент, Трудових мігрантів, фахівців, молодь

Емоційне забарвлення в описі українських трудових мігрантів. Видання «Новое Время»

2017	Робочу силу	нейтрально
2017	Прошарку професіоналів	позитивно
2017	кадрів	нейтрально
2017	людей	нейтрально
2018	Кваліфікованими кадрами	позитивно
2018	Молоді люди	нейтрально
2018	Працівникам	нейтрально
2018	заробітчани	позитивно
2018	Кваліфіковану робочу силу	нейтрально

2018	Кваліфікованого персоналу	нейтрально
2018	Трудової міграції українців	нейтрально
2018	працівників	нейтрально
2018	Працюючий українець	позитивно
2018	Кваліфіковані люди	нейтрально
2019	Працездатних громадян	нейтрально
2019	Трудових мігрантів	нейтрально
2019	Працівників нелегалів	негативно
2019	Кваліфікованих робітників	позитивно
2019	Українських працівників	нейтрально
2019	фахівців	позитивно
2019	заробітчан	позитивно
2019	ІТ-заробітчан	нейтрально
2020	фахівцях	позитивно
2020	співвітчизники	нейтрально
2020	Трудова міграція	нейтрально
2021	педагоги	нейтрально
2021	вчитель	нейтрально
2021	студент	нейтрально
2021	фахівців	позитивно
2021	молодь	нейтрально