

Секция «Социальная психология: группа, общение, личность»

**Представление о России у мигрантов с разной степенью межкультурной адаптации**

*Солодухина Ольга Сергеевна*

*Аспирант*

Гуманитарный университет г. Екатеринбурга, Факультет социальной психологии,  
Екатеринбург, Россия

*E-mail: avsuson@gmail.com*

Феномен адаптации личности к другой культурной среде в последние десятилетия стал исключительно важной проблемой как в зарубежной, так и в российской науке. Глобальные изменения современного мира явились причиной пристального внимания к этому вопросу как со стороны теоретических, так и прикладных исследований. Большое количество миграций и других типов мультикультурных перемещений стали на сегодняшний день обычным явлением. С 1920 год по 1991 год в Советском союзе такое явление, как приспособление к другой культурной среде, оставалось малоизученным. Первые исследования, которые были проведены на данную тему, ставшие ныне классикой, были проведены за рубежом (С. Vochner, S. Furnham, Н. Triandis, J. Berry, К. Oberg, W. Smalley и др.). В России в последнее время изучением межкультурной адаптации занимаются такие ученые, как Н.М. Лебедева, Л.Г. Почебут, Г.У. Солдатова, Т.Г. Стефаненко, Н.С.Хрусталева и др.

По данным Федеральной миграционной службы на 20 января 2015 года в России находится более 15 миллионов мигрантов. Осознание того, что миграция становится весьма мощным источником развития, приводит к необходимости установления норм и принципов в государственной политике по адаптации мигрантов и толерантного отношения к национальным меньшинствам в нашей стране.

По мнению А.Е. Лузина, «на основе изучения реальных ситуаций межкультурного контакта установлено, что эволюция восприятия человека, попавшего в незнакомую культуру, проходит три основных этапа» [1]. Первый этап длится до 6 месяцев пребывания в другой культуре - «медовый месяц», когда знакомство с новой культурой, ее достижениями или представителями рождает оптимизм, приподнятое настроение, уверенность в успешном взаимодействии. Второй этап - «культурный шок». Это период, длительностью от 6 месяцев до 3 лет, крушения надежд, когда положительный эмоциональный настрой сменяется депрессией, смятением и враждебностью. Третий этап, 4-5 лет взаимодействия с другой культурой, предполагает выработку разных стратегий поведения. В одном случае это «адаптация», когда формируется реалистическая оценка ситуации; в другом - «бегство» - полное отвержение новой культуры и неизбежное в этом случае отступление, бегство как в переносном смысле («уход в себя»), так и прямом, физическом смысле.

Для выяснения представлений у мигрантов о России было проведено исследование в миграционном центре города Екатеринбурга. В исследовании приняли участие 125 человек. Испытуемые были разделены на 3 группы: 1 группа - «медовый месяц» - мигранты, проживающие в России до 6 месяцев (40 чел.), 2 группа - «культурный шок» - от 6 месяцев до 3 лет (42 чел), и 3 группа - «адаптация» - 4-5 лет (43 чел). Выборка была выровнена по полу, возрасту и образованию. В исследовании использовалась методика свободных ассоциаций, в которой требовалось назвать 5 ассоциаций со словом-стимулом «Россия». Для обработки методики применялся прототипический анализ по П. Вержесу.

Результаты прототипического анализа ассоциаций на слово-стимул «Россия» позволили выявить структуру представлений мигрантов о России.

В первой группе мигрантов - «медовый месяц» - были выделены следующие ассоциативно-смысловые группы: «Россия - великая держава» (ассоциации: «великая держава», «многонациональное государство», «огромный потенциал», «уверенный политический статус», «страна без войны»); «положительные характеристики русских» («добрые люди», «спокойные люди»); «Россия - как начало новой жизни» («новая жизнь», «путешествие», «освоение нового»); «положительные воспоминания» («страна детства», «Родина моих предков»). Во второй группе мигрантов - «культурный шок» - была выделена одна большая ассоциативно-смысловая группа: «страна больших возможностей» («страна будущего», «страна больших возможностей», «опыт нравственных и духовных ценностей в мире», «мощная страна, которая всех принимает», «место, где можно чувствовать себя лучше»). В третьей группе мигрантов - «адаптация» - были выделены следующие ассоциативно-смысловые группы: «Россия - Родина» («Родина», «Родина моих детей», «вторая Родина»); «Россия - государство» («государство, в котором я работаю», «государство, в котором моя семья»).

В первой группе мигрантов можно наблюдать большое количество ассоциаций с положительной эмоциональной окрашенностью и с разносторонним направлением, что может говорить о когнитивной сложности такого конструкта, как «Россия», и о том, что данная группа респондентов еще не определилась в своем отношении к стране, в которой они проживают, а также воспринимает свой переезд как приключение. Вторая группа мигрантов возлагает надежду на большие возможности, которые им предоставляет Россия. Третья группа мигрантов характеризуется более структурированным и точным отношением к России. Эта группа респондентов уже твердо уверена, что страна для них является Родиной, домом и государством, в котором можно жить, работать, осуществлять свои планы и надежды.

Следующим этапом исследования было проведение факторного анализа для возможного обнаружения связей внутри всей совокупности переменных. В результате факторно-аналитической обработки результатов методики свободных ассоциаций, были выделены факторы.

1 группа респондентов:

1 фактор «Комфортная страна» (вклад в общую дисперсию 38,01%); 2 фактор «Россия - великая держава» (26,06%); 3 фактор «Россия - начало новой жизни» (20,5%); 4 фактор Россия - толерантная страна (15,43%).

2 группа респондентов:

1 фактор «Историческая Родина» (37,48%); 2 фактор «Россия - страна больших возможностей» (33,65%); 3 фактор «Россия - духовная страна» (28,87%).

3 группа респондентов:

1 фактор «Россия - Родина» (43,7%); 2 фактор «Россия - Второй дом» (24,72%); 3 фактор «Государство, в котором я работаю» (15,79%); 3 фактор «Щедрая душа» (15,79%).

Таким образом, респонденты первой группы воспринимают Россию на положительном эмоциональном уровне как исходную точку их новой жизни в более лучших условиях, чем прежде. Мигранты второй группы воспринимают Россию, как страну больших возможностей. Респонденты третьей группы воспринимают Россию как страну, с которой они плотно связывают реализацию своей жизни во всех ее аспектах.

Результаты проведенного исследования показали, что первая группа респондентов действительно испытывает энтузиазм, приподнятое настроение и возлагает большие надежды

на страну, в которую они приехали. Вторая группа респондентов, вопреки этапу под названием «культурный шок» выделенным Г. Триандисом, Е.А. Лузиным и т.д., негативные воздействия в связи с нахождением в незнакомой социокультурной среде, не испытывает. Наоборот, эта группа респондентов считает, что в России они смогут реализовать все свои возможности, найти достойную работу. Возможно, это связано с тем, что выборка данного исследования состояла из легальных мигрантов, которые пришли в миграционный центр, будучи уверенными в том, что они будут связывать свою жизнь с этой страной. В третьей группе респондентов сформировалась реалистичная оценка по отношению к стране, в которой они живут, воспринимая ее как свой дом и Родину.

#### Источники и литература

- 1) Лузин А.Е. Межкультурные различия и способы адаптации к ним / Электронный ресурс. Режим доступа: [http://www.elitarium.ru/2008/08/04/mezhkulturnye\\_razlichija.html](http://www.elitarium.ru/2008/08/04/mezhkulturnye_razlichija.html) (Дата обращения: 03.02.2015)
- 2) Стефаненко Т.Г. Адаптация к новой культурной среде и пути ее оптимизации. М.: Наука, 1999
- 3) Dontsov A.I., Zotova O.Y. Reasons for Migration Decision Making and Migrants Security Notions // Procedia – Social and Behavioral Sciences, 2013. Vol. 86. P. 76–81.
- 4) Triandis H.C. Culture and social behavior. N.Y. 1994.