**Введение**

Глобализация в современном мире приводит к учащению и интенсификации международных контактов, которые становятся все более распространенными и разнообразными. По этой причине проблема эффективности адаптации к новой культуре имеет особую актуальность для исследователей. Важными становятся вопросы о факторах, влияющих на успешность адаптации. Учитывая индивидуальные особенности иммигранта, мы можем заранее предсказать его стратегию адаптации к новой культуре и возможные проблемы, с которыми он столкнется в процессе адаптации.

Люди пересекают границы между государствами с различными целями. Одной из таких целей является получение образования. Ежегодно только в Нижегородской области проходят обучение в ВУЗах свыше 500 иностранных студентов, более 1500 нижегородских школьников и студентов выезжают за рубеж на учебные стажировки. На протяжении последних десятилетий проблема миграции является одной из актуальных тем исследований в различных областях знаний. Это обусловлено процессами глобализации, вспышками этнических конфликтов и гражданских войн, ростом мобильности современной молодежи.

**Социально-психологические аспекты образовательной миграции**

Цель исследования: изучение субъективных характеристик опыта образовательной Студенты-мигранты с Кавказа и из стран Средней Азии ощущают по отношению к себе более сильные ксенофобские настроения со стороны местных жителей, чем студенты-мигранты с Украины;

Культурный шок наиболее сильно выражен у мигрантов с Кавказа, слабее – у мигрантов из стран Средней Азии и совсем не выражен у мигрантов с Украины;

Большая часть мигрантов с Кавказа придерживаются своей культуры, в отличие от мигрантов из Средней Азии и Украины, которые придерживаются своей культуры, при этом усваивая новую;

Большинство мигрантов планируют после окончания университета остаться жить в России.

Выбор России и Н.Новгорода обусловлен наличием здесь родственников или друзей семьи студента-мигранта; выбор образования и профессии обусловлен наличием у студентов-мигрантов определенных интересов, склонностей, а также престижностью российского образования;

Большинство студентов-мигрантов говорят о наличии у них шока от поведения молодежи и подростков в России; довольно большое количество мигрантов считают, что у них не было «культурного шока», говоря, что различия между культурами незначительные;

Наиболее часто мигрантами указывались следующие трансформации в процессе межкультурного контакта: изменение мнения о городе и людях; реже - собственные личностные изменения;

Наиболее часто отмечаются следующие трудности: расизм; бытовые; незнание русского языка; психологические трудности;

Большинство студентов-мигрантов называют в качестве ресурсов: помощь и поддержку семьи, близких родственников и друзей; качества личности самих студентов;

Первые итоги: 1/2 выборки студентов-мигрантов не спешат подводить итоги; чуть меньшее количество студентов выделяет как итог поступление в университет и обучение в нем; некоторые студенты называют в качестве итогов адаптацию к новой культуре;

Большинство студентов-мигрантов сохраняют свою культуру и традиции; некоторые студенты перенимают русскую культуру, сохраняя при этом свою;

Многие мигранты после окончания университета хотят остаться жить в России; большое количество студентов планируют вернуться домой после окончания университета, и только если не получится остаться на Родине, жить в России;

Студенты-мигранты для оптимизации межкультурных контактов высказывают пожелания: организовывать для иностранцев экскурсии по городу, курсы по изучению русского языка, межкультурные мероприятия; не поддаваться этническим стереотипам, быть дружелюбными к людям других национальностей, воспринимать людей других национальностей как равных, избегать жестокости и агрессивности, ужесточить меры по предотвращению движений скинхедов, следить за СМИ.

Выбор Нижнего Новгорода в качестве города для обучения определяется главным образом социальными сетями студентов-мигрантов: они выбирают для обучения город, где есть родственники или знакомые. Рейтинг вузов имеет меньшее значение, однако и не отрицается;

* После поступления большинство студентов из СНГ (Беларусь, Украина) не ощутили «культурного дискомфорта», однако студенты из традиционных культур (например, из Армении, Азербайджана) считают, что пережили «культурный шок»;
* Студенты-мигранты переживают обычные трудности визитеров (материальные, психологические, языковые и т. п.), наиболее опасными являются проблемы столкновения с экстремистами из числа молодежи;
* Студенты-мигранты с Кавказа и из стран Средней Азии ощущают по отношению к себе более сильные ксенофобские настроения со стороны местных жителей, чем студенты-мигранты с Украины;
* Большинство мигрантов называют в качестве ресурсов, способствующих наиболее эффективной адаптации: помощь и поддержку семьи, близких родственников и друзей, а также качества собственной личности;
* Мигранты с Кавказа придерживаются своей культуры, в то время как мигранты из Средней Азии и Украины, придерживаясь своей культуры, при этом усваивают новую;
* Несмотря на ксенофобию, с которой приходится сталкиваться в РФ, после окончания университета желание остаться жить в России высказывают многие студенты из СНГ, причиной тому является наличие больших возможностей для профессионального развития и экономического процветания;
* Данные, полученные в ходе исследования, могут послужить основой разработки программ мероприятий, направленных на эффективную социально-психологическую адаптацию образовательных мигрантов.

**Иерархия ценностей и представления русскоязычных мигрантов о ценностях русской и финской культуры на различных этапах миграционного цикла**

Теория ценностных различий объясняет возникновение культурного шока столкновением разных систем ценностей: степень различий в ценностях между страной выхода и страной поселения мигрантов прямо пропорциональна количеству трудностей, переживаемых человеком в процессе адаптации (Furnham & Bochner, 1986). Для адаптации мигранта важны не столько объективные различия в ценностях двух культур, сколько восприятие мигрантом этих различий (представления о ценностях культуры страны выхода и приема), а также степень сходства собственных ценностей с ценностями двух культур.

В 2006-2007 г.г. было опрошено 305 мигрантов (направление миграции – Финляндия), находящихся на различных этапах *миграционного цикла*: 130 потенциальных мигрантов (99 женщин и 31 мужчина в возрасте от 16 до 73 лет, средний возраст 38,8 лет), 104 иммигранта (64 женщины и 40 мужчин в возрасте от 21 до 70 лет, средний возраст 41,9 лет) и 71 реэмигрант (56 женщин и 15 мужчин в возрасте от 16 до 73 лет, средний возраст 39,6 лет).

Использовалась модифицированная методика «Изучение ценностей» Ш.Шварца: респондентам предлагалось оценить степень значимости каждой ценности (всего – 24) для себя лично, а также для типичного представителя русской культуры и типичного представителя финской культуры.

На основании полученных результатов были сделаны следующие выводы: потенциальными эмигрантами осуществляется психологическая подготовка к эмиграции, которая заключается в «сближении» образов типичного финна и типичного русского, существуют представления о незначительности различий в иерархии собственных ценностей и ценностей финской культуры.

**Влияние личностных особенностей на адаптацию русских иммигрантов в Финляндии**

Данное исследование посвящено изучению влияния личностных особенностей на успешность процесса адаптации русскоязычных иммигрантов в Финляндии. Выборку составили 49 русских иммигрантов в возрасте от 21 до 72 лет, из них 37 женщин и 12 мужчин, с различной длительностью пребывания в Финляндии (от 2 месяцев до 15 лет).

В исследовании были использованы следующие методики:

Для определения уровня адаптации - «опросник адаптации личности к новой социокультурной среде», разработанный И.А. Шахтариным и Л.В.Янковским. Этот опросник позволяет выявить уровень и тип адаптации иммигрантов в новой социокультурной среде.

Для определения уровня субьективного контроля личности - опросник «УСК», разработанный Дж. Роттером. Опросник позволяет выявить принадлежность респондента к экстернальному или интернальному типу, а также отдельно проследить уровень интернальности в области достижений и в области неудач.

Для выявления таких особенностей личности, как самопринятие, принятие других, эмоциональный комфорт, эскапизм (уход от проблем) - опросник К. Роджерса и Р.Даймонда.

Кроме того, испытуемые ответили на ряд вопросов, касающихся длительности проживания в Финляндии и уровня знания финского языка.

Был проведен факторный анализ полученных данных для общей выборки. Результаты факторного анализа показали преимущественную значимость четырех основных факторов. В первый фактор вошли следующие показатели: самопринятие, принятие других, эмоциональный комфорт, эскапизм (с отрицательным знаком). Комплексно этот фактор можно назвать фактором психологического благополучия. Во второй фактор вошли показатели депрессивности, ностальгии и отчужденности. Этот фактор объединяет показатели психологического дискомфорта. В третий фактор вошли длительность проживания и уровень знания языка. В этот фактор вошли формальные, непсихологические переменные. В четвертый фактор вошли интернальность достижений и интернальность неудач. Это - фактор локализации контроля.

С помощью метода корреляционного анализа Пирсона были подсчитаны корреляции уровня адаптации и всех остальных переменных, измеренных с помощью опросников. В результате было установлено наличие положительной связи между успешностью адаптации и такими переменными, как самопринятие, принятие других и эмоциональный комфорт. Было также установлено наличие отрицательной связи между успешностью адаптации и такими переменными, как уровень депрессивности, ностальгии и отчужденности. Также обнаружена связь успешности адаптации с локализацией контроля, возрастом иммигранта, длительностью проживания в стране принимающей культуры и уровнем знания языка.

Несмотря на то, что исследование посвящено особенностям адаптации русскоязычных иммигрантов в Финляндии, исследуемые личностные особенности могут влиять и на адаптацию иммигрантов в других странах.

**Изменение социальной установки американцев в отношении русских**

Абсолютно все люди имеют определенные позиции по отношению к некоторым проблемам современного общества. Человек, выступавший за смертную казнь, может стать ее противником; горячий защитник сохранения окружающей среды может поостыть; атеист может стать верующим, а верующий может утратить веру. Следовательно, социальные установки могут изменяться. В социальной психологии под изменением установок (аттитюдов) понимается изучение условий, в которых индивидуальные или коллективные позиции, мнения изменяют свою интенсивность или направленность.

Социальная установка — устойчивая система взглядов и представлений, подготавливающая индивида к определенным действиям, которая может быть выражена в форме отрефлексированных суждений.

До сих пор 54 процента американцев считают Россию недружественной страной. Многие американцы считают, что в России живут пьяные люди в ушанках и с балалайками. Среднестатистического россиянина представляют, как необразованного, глупого, бедного и немного диковатого.

Как мы видим – стереотип до сих пор творит свое страшное дело. Из-за вышеописанного представления о России многие американцы боятся ехать в нашу страну, заключать с ней экономические соглашения, и вообще иметь с ней хоть какие-либо серьезные дела. Потери идут с обеих сторон. Сегодня нам необходимо наладить связь между нашими странами. В первую очередь – на уровне простого народа, электората. Необходимо скоррегировать образ русского человека таким образом, чтобы в представлениях о России присутствовало как можно больше настоящих, реальных черт, а не мифических и стереотипных образов. В данном исследовании нам предстоит ответить на вопрос “Как”. Как изменить установку? Как поднять имидж России? Это исследование представляется актуальным для развития теории и практики изменение социальной установки в международной сфере, ибо предстоит создать методическую и практическую базу для изменения негативной установки.

Именно поэтому мы сформулировали следующую цель: Изменить социальную установку американцев в отношении русских.

Из теоретического анализа мы сделали предположение, что для изменения социальной установки необходимы следующие факторы источника:

* Надежность источника, т.е. этому человеку доверяют.
* Доверие к источнику, т.е. за сообщением не видится личная выгода.
* Привлекательность источника.
* Аппеляция к страху.

Первый этап нашего исследования мы провели, находясь на территории Российской Федерации. Методика семантического дифференциала была направлена в американские города – Норфолк, Атланта, Джексон, Даллас, Денвер и Лос-Анджелес, где случайным образом, нашими американскими коллегами, были выбраны 100 человек (в каждом городе), которые, за определенную плату, приняли участие в нашем эксперименте. Адреса испытуемых записывались для дальнейшего использования. Результаты были получены и обработаны.

Второй этап мы проводили на территории Соединенных Штатов. Выбирая объект для источника влияния, мы проанализировали журнал знаменитостей Forbes, и пришли к выводу, что наиболее подходит на эту роль – Билл Клинтон. На сегодняшний день он обладает надежностью, доверием, т.к. он уже не является президентом США и привлекательностью.

Нами было составлено специальное обращение от лица Билла Клинтона, которое вместе с почтой разносилось испытуемым, которые принимали участие в первом этапе нашего исследования. Порядок разноса листовок: Норфолк→ Атланта→ Джексон→ Даллас→ Денвер → Лос-Анджелес. Через две недели после “влияния” мы провели замер изменений у испытуемых в исследуемых городах - Лос-Анджелес → Денвер →Даллас→ Джексон → Атланта → Норфолк. Методика – семантический дифференциал.

Для исследовательских целей мы должны были условно разбить всех испытуемых на 2 группы. В каждом городе 50 человек получали листовку с “аппеляцией к страху” – с последними двумя предложениями. Другие 50 – без них.

На первом этапе было произведено исследование отношения американцев к русским. Русский – человек обладающий низкой культурой, злой, бедный, со средним здоровьем и умом, хорошо пьющий, необразованный, но, однако, не старомодный. В ходе внедрения программы по изменению социальной установки. Русский – человек довольно культурный, не злой, обеспеченный, неплохого здоровья, современный, иногда пьющий, довольно умный и образованный.

В итоге, оценивая программу, можно сказать, что она эффективна для изменения отношения одной нации по отношению к другой. Так, мы можем сказать, что, по крайней мере, несколько сотен американцев уже не представляют русского человека, как человека с низкой культурой, злого, бедного, со средним здоровьем и умом, хорошо пьющего, необразованного. Нам удалось продемонстрировать, что такие факторы, как надежность источника, доверие к источнику и его привлекательность ведут к изменению отношения на статистически значимом уровне на всех шкалах. G>, 0.005. Также оказалось, что этот триплет в комбинации с аппеляцией к страху дает более эффективное смешение установки, G>, 0.005. Однако следует подчеркнуть, что фактор страха – очень сложный фактор. Его необходимо строго дозировать, чтобы он не превратился в запугивание, которое ведет к отрицательному эффекту.

**Заключение**

Конечно, мы понимаем, что изменение установки у нескольких сотен американцев – капля в огромном океане, но теперь мы знаем возможный механизм повышения престижа России на международной арене путем изменения установки. В дальнейшем необходимы грамотные действия нашей пропаганды, которой следует использовать известных, привлекательных, пользующихся доверием людей для поднятия имиджа России.

Результаты нашего исследования позволяют сделать предположение, что данная программа может быть эффективной для изменения установки не только в международной сфере, но и для изменения установки вообще. Будь это хоть университетское выступление, либо предвыборная кампания. Однако это нуждается в дальнейшей верификации.

**Литература**

1. Стефаненко Т.Г. (2008) Этнопсихология. М.: Аспект Пресс.
2. Уорд К. (2007) Азбука аккультурации / Психология и культура. Под ред. Д.Мацумото. Спб.: Питер.
3. Хьелл Л., Зиглер Д. (2005) Теории личности. Спб.: Питер.
4. Jasinskaja-Lachti I. (2007) Psychological Acculturation and Adaptation Among Russian-speaking Immigrant Adolescents in Finland. Helsinki: Helsingin yliopiston verkkojulkaisut.
5. Kim, Y.Y., Gudykunst, W.B. (2007) Cross-cultural adaptation. London: Sage.
6. Московичи C. Социальная психология. 7-е изд./ Пер. c фр. - СПб.: Питер, 2007.
7. Berry, J.W. (2007). Immigration, acculturation, and adaptation. Applied Psychology: An International Review, 46(1), 5-34.
8. Furnham, A., and Bochner, S. (2006). Culture shock: Psychological reactions to unfamiliar environments. London: Methuen.
9. Liebkind, K., & Jasinskaja-Lahti, I. (2007). The influence of experiences of discrimination on psychological stress: A comparison of seven immigrant groups. Journal of Community and Applied Social Psychology, 10(1), 1-16.
10. Phinney, J. S., & Devich-Navarro, M. (2007). Variations in bicultural identification among African American and Mexican American adolescents. Journal of Research on Adolescence, 7(1), 3-32.
11. Phinney, J., Horenczyk, G., Liebkind, K., & Vedder, P. (2005) Ethnic identity, immigration, and well-being: An interactional perspective. Journal of Social Issues, 57, 493-510.