

*На правах рукописи*



**Осин Роман Викторович**

**Особенности отношения к образу трудового мигранта в условиях  
медиа-воздействия у представителей различных социально-  
демографических групп**

**Специальность 19.00.05 – социальная психология**

**Автореферат**

диссертации на соискание ученой степени  
кандидата психологических наук

Курск – 2015

Работа выполнена в Федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего профессионального образования «Пензенский государственный университет»

**Научный руководитель:** **Константинов Всеволод Валентинович** - кандидат психологических наук, доцент, заведующий кафедрой «Общая психология» ФГБОУ ВПО «Пензенский государственный университет»

**Официальные оппоненты:** **Почебут Людмила Георгиевна** – доктор психологических наук, профессор, ФГБОУ ВПО «Санкт-Петербургский государственный университет»

**Татарко Александр Николаевич** - кандидат психологических наук, доцент, ФГАОУ ВПО «Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»

**Ведущая организация:** **ГБОУ ВПО «Московский городской психолого-педагогический университет »**

Защита состоится 25 мая 2015 г. в 14.00 часов на заседании диссертационного совета Д 212.104.03 в Федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего профессионального образования «Курский государственный университет» по адресу: 305000, Курск, ул. Радищева, д. 33. Тел.: (4712) 56-02-64.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке ФГБОУ ВПО «Курский государственный университет» по адресу: 305000, Курск, ул. Радищева, д. 33 и на официальном сайте ФГБОУ ВПО «Курский государственный университет» <http://kursksu.ru/>, на сайте ВАК Минобрнауки РФ <http://vak2.ed.gov.ru/>

Автореферат разослан « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2015 года.

Ученый секретарь диссертационного совета,  
кандидат психологических наук



Сухих Н.А.

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

**Актуальность исследования.** Сегодня, в условиях информационного общества, СМИ являются определяющим фактором его функционирования и развития. Являясь важной составляющей связи человека с внешним миром, СМИ выступают в качестве средства общения на микро- и макроуровнях общества. Значительную часть информации об окружающем мире человек получает через СМИ, которые не ограничиваются лишь констатацией произошедших событий. Масс-медиа утверждают нормы и модели, воплощающие эталон отношений, установок и приоритетов, определяющих образ жизни человека. Очевидно, что СМИ оказывают мощное по силе воздействие на человека и на социальные общности, выполняя идеологическую функцию.

Постоянно растущее количество трудовых мигрантов становится все более заметным, а потому отношение к этому факту очень неоднозначное. Это становится проблемой в современном обществе, ведь усиление социального напряжения проявляется все учащающимися столкновениями по причине принадлежности к тому или иному этносу. Очень часты примеры проявления отрицательного отношения к мигрантам у лиц, лишенных реального опыта взаимодействия с ними, что говорит о высокой степени вероятности влияния СМИ на формирование подобного отношения. Эта проблема побудила нас изучить отношение к трудовому мигранту у представителей различных социально-демографических групп. Многие люди пока не сталкивались вплотную с проблемой трудовой миграции и не общались с мигрантами, и значит, отношение к трудовому мигранту не возникло вследствие прямого воздействия ситуации, и в немалой степени оно обусловлено влиянием референтных групп и СМИ.

Залог развития здорового общества – культивирование толерантности по отношению к тем, кто входит в иные социальные общности, что дает возможность бороться с проявлениями экстремизма, терроризма, ксенофобии, исключать либо минимизировать военные столкновения на этнической и религиозной почве.

**Степень разработанности проблемы.** Теоретическое осмысление массово-коммуникационных процессов началось в XIX веке. Феномен СМИ исследовался в рамках различных научных гипотез, среди которых следующие: теория культивирования (Дж. Гербнер), теории использования и удовлетворения (Э. Кац, К. Розенгрэн, Дж. Блумер, Ф. Палмгрин), теории социального научения (Дж. Роттер, У. Мишел, А. Бандура), теории социализации (М. Розенберг, И. Мейровиц, Н. Поустмен), теории навязывания повестки дня (Д. Шоу, М. МакКомбс), когнитивное направление в теории СМИ. Существуют разные принципы анализа специфики функционирования масс-медиа, однако многие ученые едины в одном: СМИ ощутимо обуславливают направление и характер деятельности личности, формирование мировоззренческих ориентиров, преобразуют потребности, установки, мотивы,

ценностные приоритеты и создают мыслительные шаблоны. Молодежь и пенсионеры в этом смысле представляют собой наиболее уязвимую часть аудитории СМИ, из-за неумения подвергать критическому пересмотру многие идеи, а потому СМИ фактически создают базовые представления о мире у этой части общества.

А.Н. Леонтьев считал, что психический образ мира складывается из 3-х элементов (чувственная ткань, значение и смысл), которые корректируют внешние влияния на деятельность личности. При этом эти внешние факторы способствуют появлению образов и индивидуальных семантических систем, тем самым преобразуя интегральный образ реальности. По А.А. Гостеву, «психический образ является и обусловленным, и обуславливающим».

Проблемное поле исследования появляется при обнаружении несоответствия между довольно глубокой изученностью социально-экономической и политической природы трудовой миграции отечественными и зарубежными психологами и крайне малым числом научных работ, в которых анализируются специфические черты образов мигрантов, воссоздаваемых в различных масс-медиа с ориентацией на различные социально-демографические группы, а также степень этого влияния на общую социально-психологическую ситуацию.

Обнаруженное несоответствие позволило нам сформулировать проблему исследования – необходимо изучить воздействие СМИ на формирование образа трудового мигранта у представителей различных социально-демографических групп и специфику отношения различных социально-демографических групп к этому образу.

**Цель:** изучение специфики отношения представителей различных социально-демографических групп к образу трудового мигранта с учетом медиа-воздействия.

**Объект исследования:** отношение к образу трудового мигранта в контексте медиа-воздействия.

**Предмет исследования:** специфика отношения к образу трудового мигранта в контексте медиа-воздействия у представителей различных социально-демографических групп, представляющих собой аудиторию СМИ.

**Основная гипотеза исследования:** отношение к образу трудового мигранта в контексте медиа-воздействия у представителей различных социально-демографических групп тесно связана со следующими социально-психологическими характеристиками личности: уровень тревожности, агрессивность, терпимость, способность контролировать себя, эмоциональная устойчивость, экстраверсия – интроверсия; привязанность – обособленность; спонтанность – практичность.

**Частная гипотеза 1:** существует связь между социально-демографическими характеристиками личности и отношением к образу трудового мигранта в условиях медиа-воздействия;

**Частная гипотеза 2:** существуют типы отношения к образу трудового мигранта в условиях медиа-воздействия у представителей различных

социально-демографических групп, имеющие различную степень выраженности определенных социально-психологических характеристик (тревожность, агрессивность, толерантность, способность контролировать себя, эмоциональная устойчивость, экстраверсия – интроверсия; привязанность – обособленность; спонтанность – практичность);

**Частная гипотеза 3:** вследствие воздействия масс-медиа у представителей социально-демографических групп формируется устойчивый образ трудового мигранта.

**Задачи исследования:**

1. Проанализировать и обобщить данные отечественных и зарубежных теоретических и эмпирических исследований, касающихся влияния масс-медиа на отношение к образу трудовому мигранту в обществе;

2. Проанализировать и обобщить данные отечественных и зарубежных теоретических и эмпирических исследований, касающихся влияния СМИ на социально-психологические характеристики личности;

3. Разработать программу эмпирического исследования, которая будет включать в себя процедуру исследования, комплекс методик, направленных на исследование социально-психологических характеристик и отношение к образу трудового мигранта в условиях медиа-воздействия;

4. Изучить наличие взаимосвязи между отношением к образу трудового мигранта в условиях медиа-воздействия с социально-демографическими характеристиками личности (пол, возраст, образование);

5. Изучить взаимосвязь между отношением к образу трудового мигранта в условиях медиа-воздействия и социально-психологическими характеристиками личности (тревожность, агрессивность, толерантность, способность контролировать себя, эмоциональная устойчивость, экстраверсия – интроверсия; привязанность – обособленность; спонтанность – практичность);

6. Провести исследование специфики отношения к образу трудового мигранта, воссоздаваемого СМИ.

7. Представить социально-психологическую характеристику типов отношения к образу трудового мигранта в контексте медиа-воздействия.

8. Разработать методические рекомендации для работников средств массовой информации по изменению создаваемого ими образа трудового мигранта для повышения толерантности в российском обществе.

**Методологической основой** работы являются системный подход (Б.Г. Ананьев, П.К. Анохин, В.А. Ганзен, Б.Ф. Ломов и др.), субъектный подход (К.А. Абульханова-Славская, Б.Г. Ананьев, А.В. Брушлинский, А.В. Петровский и др.), принцип детерминизма (Б.Ф. Ломов, А.Л. Журавлев, С.Л. Рубинштейн и др.).

**Теоретическую основу** исследования составили социально-психологические и психологические теории личности (Э. Эриксон, Б. Г. Ананьев, Г. М. Андреева, А. Н. Леонтьев, и др.), психологическая теория отношений (В. Н. Мясищев), теория культивирования (Дж. Гербнер), теория социализации (И. Мейровиц, Н. Поустмен, М. Розенберг), теория

использования и удовлетворения (Дж. Блумер, Э. Кац, Ф. Палмгрин, К. Розенгрэн), теория образной сферы личности (А.А. Гостев), концептуальные подходы к изучению процессов миграции (В. В. Гриценко, В. В. Константинов, Г. У. Солдатова, О.Е. Хухлаев и др.).

В качестве **методов исследования** использовались:

- а) теоретические методы исследования: анализ научной литературы, систематизация и обобщение исследований, интерпретация.
- б) эмпирические методы: анкетирование, тестирование, опрос.
- в) методы статистической обработки данных: статистический пакет для социальных наук SPSS 17.0 – корреляционный анализ, критерий Манна-Уитни, критерий Краскела-Уоллиса, критерий Спирмена, критерий  $\chi^2$  Пирсона. Статистический программный продукт IBM SPSS Statistics 19 – двухфакторный кластерный анализ.

**Методики исследования:** методика «Исследование тревожности» (Ч.Д.Спилбергер, адаптация Ю.Л.Ханин); «Тест эмоций» (тест Басса-Дарки в модификации Г.В.Резапкиной); экспресс-опросник «Индекс толерантности» (Г.У. Солдатова); «Пятифакторный опросник личности» (Р. МакКрае и П. Коста, адаптация А.Б. Хромов); методика диагностики уровня социальной фрустрированности (Л. И. Вассерман, модификация В. В. Бойко); модифицированная шкала социальной дистанции Э. Богардуса (в модификации И.В. Абакумовой, А.В. Гришиной); анкета «Отношение к трудовой миграции и трансляция образа трудовых мигрантов в СМИ» (И.В. Абакумова, А.В. Гришина); анкета, направленная на выявление социально-демографических характеристик личности (пол, возраст, образование, место проживания).

**Этапы и опытно-экспериментальная база исследования.**

В исследовании было задействовано 447 человек, имеющих различное образование, проживающих в Российской Федерации, в возрасте 14 - 74 лет. 125 человек в возрасте 14 - 20 лет (младшая возрастная категория – 98 девушек (78,4 %) и 27 юношей (21,6 %); 252 человека в возрасте 21 - 35 лет (средняя возрастная категория – 168 женщин (66,6%) и 84 мужчины (33,3 %); 70 человек в возрасте 36 - 74 лет (старшая возрастная категория – 45 женщин (64,2 %) и 25 мужчин (35,8 %)). Во всех возрастных категориях исследование проводилось в сети интернет. Для проведения эмпирического исследования был создан интернет-сайт <http://migrantpnz.jimdo.com/> . Ссылка на данный сайт распространялась через социальные сети «Вконтакте», «Одноклассники», «Facebook», микроблог «Twitter» и «Живой журнал».

**На первом этапе** (2011-2012 гг.) был проведен теоретический анализ, посвященный тому, насколько разработана проблема отношения представителей различных социально-демографических групп к образу трудового мигранта в контексте медиа-воздействия.

**На втором этапе** (2012-2013 гг.) была разработана программа эмпирического исследования, поставлены цели и задачи исследования, выдвинуты гипотезы, подобран диагностический инструментарий, создан

интернет-сайт для проведения эмпирического исследования:  
<http://migrantpnz.jimdo.com/> .

**На третьем этапе** (2013-2014 гг.) было проведено эмпирическое исследование. Осуществлена математико-статистическая обработка полученных сведений, проведено их обобщение и интерпретация, сделаны выводы.

**Достоверность данных**, полученных в работе, обеспечивается методологической и теоретической обоснованностью работы; использованием комплекса методов, отвечающих психологической сущности изучаемых явлений, целям и задачам исследования; репрезентативностью выборки; сочетанием количественного и качественного анализа эмпирического материала, методами математической статистики.

**Научная новизна:**

- установлено, что отношение представителей различных социально-демографических групп к образу трудового мигранта в контексте медиа-воздействия связано с социально-психологическими характеристиками (тревожность, агрессивность, толерантность, способность контролировать себя, эмоциональная устойчивость, экстраверсия – интроверсия; привязанность – обособленность; спонтанность – практичность);

- впервые определены социально-психологические характеристики отношения к образу трудового мигранта в контексте медиа-воздействия, такие, как тревожность, агрессивность, толерантность, способность контролировать себя, эмоциональная устойчивость, экстраверсия – интроверсия; привязанность – обособленность; спонтанность – практичность;

- выделены и описаны три типа отношения к образу трудового мигранта в контексте медиа-воздействия у представителей различных социально-демографических групп;

- в диссертации выявлено, что отношение к образу трудового мигранта у представителей различных социально-демографических групп разнопланово. Результаты показали, что все респонденты, с одной стороны, испытывают неприязнь к трудовым мигрантам специфической категории (асоциальной направленности), и, с другой стороны, склонны принимать иную категорию мигрантов (квалифицированных специалистов).

**Теоретическая значимость исследования:**

- расширены, дополнены и уточнены научные представления об отношении представителей различных социально-демографических групп к образу трудового мигранта в контексте медиа-воздействия.

- диссертационное исследование углубляет и расширяет научное знание о социально-психологических характеристиках личности, связанной с отношением к образу трудового мигранта в контексте медиа-воздействия.

- раскрыта взаимосвязь комплекса социально-психологических характеристик личности с ее отношением к образу трудового мигранта в контексте медиа-воздействия, что способствует развитию теории отношений и социально-психологических концепций толерантности человека.

- изучены связи отношения к образу трудового мигранта в контексте медиа-воздействия с социально-демографическими характеристиками личности.

- расширены социально-психологические знания о стратегиях влияния СМИ на личность и ее отношение к образу трудового мигранта.

#### **Практическая значимость исследования:**

- результаты диссертации применяются в рамках учебного курса «Психология экстремизма» (при подготовке бакалавров по направлению «Психология» на базе Пензенского государственного университета).

- результаты исследования позволяют дополнить содержание преподаваемых дисциплин: «Психология журналистики», «Этнопсихология» на психологических и филологических факультетах вузов, а также на курсах повышения квалификации.

- материалы исследования могут использоваться психологами, студентами филологических и психологических факультетов, специалистами, по роду службы связанных с мигрантами в государственных структурах и общественных организациях, представителями СМИ, специалистами, работающими в сфере PR и рекламы.

#### **Положения, выносимые на защиту:**

1. Под воздействием масс-медиа отношение к образу трудовой миграции меняется: позитивная информация способствует созданию положительного отношения к образу мигранта и, наоборот, отрицательно направленная информация способствует негативному восприятию образа мигрантов, что ведет к искажениям образов социальных групп и явлений;

2. Социально-психологические характеристики личности различаются по следующим параметрам: уровень агрессивности, терпимость, способность контролировать себя, эмоциональная устойчивость, экстраверсия – интроверсия; привязанность – обособленность; спонтанность – практичность в зависимости от социально-демографических характеристик личности (пол, образование, возраст);

3. Отношение к образу трудового мигранта в контексте медиа-воздействия у представителей различных социально-демографических групп обусловлено степенью выраженности следующих социально-психологических характеристик личности: уровень агрессивности, толерантность, фрустрация, способность контролировать себя, эмоциональная устойчивость, экстраверсия – интроверсия; привязанность – обособленность; спонтанность – практичность;

4. Выбор просмотра видеосюжета (с тем или иным представленным образом трудового мигранта) связан с социально-психологическими характеристиками личности;

5. Выбор просмотра видеосюжета (с тем или иным представленным образом трудового мигранта) связан с некоторыми социально-демографическими характеристиками личности (пол, возраст, образование).

**Апробация результатов исследования.** Основные положения диссертации обсуждались на заседаниях кафедры «Общая психология»



Пензенского государственного университета; на 2-ой Международной научно-практической конференции «ЕИС 2013» (the 2nd Electronic International Interdisciplinary Conference) (Словакия, 2013); на 2-й Международной научно-практической конференции «Социально-психологическая адаптация мигрантов в современном мире» (27-28 февраля 2014 года, Пенза, Пензенский государственный университет); на Международном молодежном научном форуме «ЛОМОНОСОВ-2014» (7-11 апреля, Москва, Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова); на Всеукраинской (с международным участием) научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Социально-психологические технологии развития личности» (27-28 февраля 2014 года, Украина, Херсон, Херсонский государственный университет); на Международной научно-практической конференции «Социальная психология личности и акмеология» (17-18 октября 2014 года, Саратов, Саратовский государственный университет им. Н.Г.Чернышевского).

**Структура и объем диссертации** включают введение, две главы, заключение, библиографический список, содержащий 190 источников, в том числе 30 на иностранном языке, и приложения.

## ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

**Во введении** обосновывается актуальность исследования, описываются выявленные противоречия, определяются объект, предмет, цель, задачи, этапы и методы исследования, формулируются гипотезы и положения, выносимые на защиту, раскрываются научная новизна, теоретическая и практическая значимость работы, излагаются характеристики ее апробации.

**В первой главе** «Теоретическое исследование особенностей отношения к образу трудового мигранта в условиях медиа-воздействия у представителей различных социально-демографических групп» представлен теоретический обзор работ и исследований зарубежных и отечественных ученых, посвященных теме исследования, включает в себя пять параграфов.

**В первом параграфе** «Особенности влияния информационного общества на науку» отражена ключевая роль информации в современном мире. Так, Э. Тоффлер считал, что «демассификация цивилизации, отражением и усилением которой являются средства информации, влечет за собой огромный скачок объема информации, которой мы обмениваемся друг с другом. И этот рост объясняет, почему мы становимся «информационным обществом». В работах Д. Белла, И.Н. Курносова, Ф. Махлупа, Ю.М. Нестерова, А.И. Ракитова, Т. Стоуньера, Э. Тоффлера, О.А. Финько проанализированы основные особенности информационного общества и раскрыто его влияние на общество в целом и на каждую отдельную личность. В информационном обществе повышается роль масс-медиа в формировании образа социальной реальности и появляется необходимость изучать массовую коммуникацию и механизмы ее воздействия на аудиторию.

**Во втором параграфе** «Основные теоретические подходы к исследованию СМИ и определению психологического понятия «образ» проанализированы ключевые теории, в рамках которых проводятся исследования в сфере массовой коммуникации: теория культивирования (Дж. Гербнер), теория социализации (И. Мейровиц, Н. Поустмен, М. Розенберг), теория использования и удовлетворения (Дж. Блумер, Э. Кац, Ф. Палмгрин, К. Розенгрэн), теория социального научения (А. Бандура), теория навязывания повестки дня (М. МакКомбс, Д. Шоу), когнитивная теория. Также в данном параграфе рассматривается понятие «психический образ», которое традиционно понимается, как субъективная картина мира либо его элементов, состоящая из самого субъекта, остальных людей, окружения и хронологии событийного ряда. По Д.А. Леонтьеву образ может меняться как под воздействием константных особенностей структуры целостной картины мира, так и под влиянием спонтанно возникающих и преходящих мотивов. По Е.Ю. Артемьевой, многое находится в зависимости от самих воспринимаемых объектов и явлений. Человек по отношению ко многим из них уже имеет некое отношение, являющееся последствием контакта с данными объектами и явлениями, отображающее их жизненный смысл и фиксирующееся в личности в качестве диспозиционных структур и структур субъективной семантики. Одновременно с этим и новые для нас объекты и явления также с самого начала вызывают предвзятое к себе отношение, оцениваются под углом зрения их личностного смысла.

**В третьем параграфе** «Особенности трансляция образов различных социальных групп и их проблематика в зарубежной и отечественной психологии» уделяется место одной из главных сторон социальной реальности, которая представлена в образе мира человека - межгрупповому взаимодействию представителей больших социальных групп. Спецификой этого процесса является возможность надывидуального взаимодействия, то есть без участия конкретных представителей групп. Вместе с тем у одной социальной группы формируется некий социальный стереотип относительно другой социальной группы. Социальный стереотип - облегченный, схематичный образ социального объекта (например, образ социальной группы), широко распространенный в некой большой социальной группе, характеризующийся большой степенью согласованности персональных взглядов в группе и общей эмоциональной окраской. Самой типичной формой социальных стереотипов являются этнические стереотипы, исследования которых можно найти в трудах А.Г. Асмолова, Б.А. Душкова, И.С. Кона В.П. Левкович, И.Т. Панковой, В.Ф. Петренко, Г.У. Солдатовой, Е.И. Шлягиной.

В современной социокультурной ситуации масс-медиа выполняют едва ли не доминирующую посредническую функцию между крупными социальными сообществами. Поэтому процесс взаимодействия этих групп переживает новый виток своего развития.

Целенаправленное воссоздание и распространение образов социальных групп в СМИ вызывало интерес многих отечественных и зарубежных

психологов: образы гендерных групп анализировались М. Бакиевой, Н. Беликовой, Д. Джайлсом, Н. Синьорелли, Г. Тачманом; образы национальных и иных социальных групп изучались Н.Н. Богомоловой, Дж. Гербнером, Т. Ван Дейком, С. Кларком, Т.Г. Стефаненко, Р. Харрисом.

**В четвертом параграфе** «Отношение к образу трудового мигранта, как предмет психологического исследования» рассматривается понятие «психологическое отношение». Под ним понимается внутренняя сторона связи человека с реальностью, которая детально характеризует человека, как активного субъекта с его избирательным характером внутренних переживаний и внешних поступков, которые направлены на всевозможные стороны объективной реальности (В.Н. Мясищев). Концепция отношений В.Н. Мясищева, понятие «личностный смысл» у А.Н. Леонтьева и «направленность личности» в работах Л.И. Божович близки к идее социальной установки в отечественной психологической науке. По Д. Н. Узнадзе, установка бессознательна, а отношения, наоборот, сознательны. Установке свойственна готовность, отношению же, — избирательность. В структуре отношений В. Н. Мясищев выделяет «эмоциональную», «оценочную» и «поведенческую» стороны. Содержание понятия «смысл» А.Н. Леонтьев раскрывает, как «отношение мотива деятельности и ее цели» (1959). Жизненный смысл – это объективная характеристика отношений объектов и явлений действительности к жизнедеятельности субъекта, а личностный смысл представляет собой форму субъективного отражения этого отношения в сознании субъекта Г. Олпорт (1954) отмечал, что социальная установка – это «...состояние психологической готовности личности вести себя определенным образом в отношении объекта, детерминированное ее прошлым опытом».

**В пятом параграфе** «Особенности освещения проблемы этнических групп в СМИ» описаны основные особенности освещения этнически окрашенной информации в средствах массовой информации, рассмотрены способы, которыми в медиа-сфере создаются этнические предубеждения, а также приведены данные, отражающие миграционную ситуацию в Российской Федерации в 2011-2013 гг.

**Во второй главе** «Эмпирическое исследование особенностей отношения к образу трудового мигранта в условиях медиа-воздействия у представителей различных социально-демографических групп» отражены принципы исследования изучаемой проблемы, методы и методики исследования, анализ полученных результатов, выводы, состоит из пяти параграфов.

**В первом параграфе** «Методология и методы эмпирического исследования» приводятся характеристика выбранного для проведения эмпирического исследования инструментария, особенности обработки данных по каждой из методик, а также концептуальные основы методик.

**Во втором параграфе** «Эмпирическое исследование социально-психологических характеристик представителей различных социально-демографических групп» рассматриваются результаты исследования у испытуемых следующих характеристик: тревожность, агрессия, толерантность,

социальная фрустрация и другие, а также приводится их взаимосвязь с социально-демографическими характеристиками.

В результате корреляционного анализа полученных в ходе исследования данных было установлено следующее (см. табл. 1, 2, 3, 4): чем больше у человека выражены личностная тревожность, физическая и словесная агрессии, раздражительность, негативизм, обидчивость, подозрительность тем менее он толерантен. Если у человека в большей степени выражены, такие черты, как экстраверсия, активность, доминирование, общительность, он все время находится в поиске впечатлений, ему свойственны теплота, сотрудничество, доверчивость, понимание, уважение других, привязанность, настойчивость, ответственность, эмоциональность, любопытство, мечтательность, артистичность, сензитивность, пластичность и экспрессивность, тем выше его уровень толерантности.

Чем ниже у человека уровень этнической толерантности (толерантность к представителям других этногрупп), тем выше уровень физической агрессии, раздражения, негативизма, обидчивости, подозрительности, аккуратности и напряженности. И наоборот, чем выше уровень активности, общительности, теплоты, доверчивости, понимания, уважения других, привязанности, настойчивости, ответственности, тревожности, любопытства, мечтательности, артистичности, сензитивности, пластичности и экспрессивности, тем человеку более свойственна этническая толерантность. Полученные данные также говорят о том, что чем выше уровень физической агрессии, раздражения, негативизма, обидчивости, подозрительности, тем ниже уровень социальной толерантности (толерантность к различным социальным группам (меньшинства, преступники, психически больные люди)). И наоборот, чем выше уровень экстраверсии, активности, доминирования, общительности, поиска впечатлений, теплоты, доверчивости, понимания, уважения других, привязанности, настойчивости, любопытства, мечтательности, артистичности, сензитивности, пластичности, игривости, тем выше уровень социальной толерантности. Низкий уровень толерантности, как черты личности (личностные черты, установки и убеждения, определяющие отношение к окружающему миру) связан с высокими показателями ситуативной тревожности, физической агрессии, раздражения, негативизма, обидчивости, подозрительности, словесной агрессии. Чем выше уровень экстраверсии, активности, доминирования, общительности, поиска впечатлений, привлечения внимания, теплоты, сотрудничества, доверчивости, понимания, уважения других, привязанности, настойчивости, ответственности, эмоциональности, любопытства, мечтательности, артистичности, сензитивности, пластичности и игривости, тем выше уровень толерантности, как личности.

Полученные данные говорят нам о том, что низкий уровень толерантности повышает вероятность агрессивных проявлений в поведении. Высокий уровень агрессии будет обуславливать вероятность повышения интолерантности.

Высокий уровень личностной тревожности говорит о более выраженной социальной фрустрированности личности, физической и косвенной агрессии, раздражении, негативизме, обидчивости, подозрительности. Чем выше уровень ситуативной тревожности, тем более выражены социальная фрустрированность личности, косвенная агрессия, раздражение, обидчивость, подозрительность.

Таблица 1

Корреляция социально-психологических характеристик: толерантности, социальной фрустрации, тревожности и агрессивности  
(по критерию  $r_s$  Спирмена)

	Индекс толерантности	Этническая толерантность	Социальная толерантность	Толерантность, как черта личности	Уровень социальной фрустрации	Ситуативная тревожность
Личностная тревожность	- 0,093*	- 0,070	- 0,079	- 0,043	0,276**	0,598**
Физическая агрессия	- 0,192**	- 0,115*	- 0,210**	- 0,181**	0,021	- 0,009
Косвенная агрессия	- 0,041	- 0,056	- 0,001	- 0,071	0,220**	0,156**
Раздражение	- 0,203**	- 0,132**	- 0,171**	- 0,194**	0,210	0,230**
Негативизм	- 0,211**	- 0,179**	- 0,184**	- 0,173**	0,010	0,083
Обидчивость	- 0,301**	- 0,321**	- 0,152**	- 0,225**	0,326**	0,176**
Подозрительность	- 0,316**	- 0,266**	- 0,249**	- 0,264**	0,101*	0,096*
Словесная агрессия	- 0,097*	- 0,057	- 0,071	- 0,124**	0,043	0,065

Прим.:

(\*) – это уровень значимости 0,05

(\*\*) - это уровень значимости 0,01

Таблица 2

Корреляция социально-психологических характеристик:  
толерантности и ситуативной тревожности  
(по критерию  $r_s$  Спирмена)

	Индекс толерантности	Этническая толерантность	Социальная толерантность	Толерантность, как черта личности	Уровень социальной фрустрации	Личностная тревожность
Ситуативная тревожность	- 0,078	- 0,017	- 0,015	- 0,183**	0,140**	0,598**

Прим.:

(\*) – это уровень значимости 0,05

(\*\*) - это уровень значимости 0,01

Таблица 3

Корреляция социально-психологических характеристик:  
толерантности и ситуативной тревожности  
(по критерию  $r_s$  Спирмена)

	Физическая агрессия	Косвенная агрессия	Раздражение	Негативизм	Обидчивость	Подозрительность	Словесная агрессия
Личностная тревожность	- 0,192**	- 0,041	- 0,203**	- 0,211**	- 0,301**	- 0,316**	- 0,097*

Прим.:

(\*) – это уровень значимости 0,05

(\*\*) - это уровень значимости 0,01

Таблица 4

Корреляция толерантности с пятью чертами личности:  
 способность контролировать себя, эмоциональная устойчивость, экстраверсия – интроверсия; привязанность – обособленность; спонтанность – практичность  
 (по критерию rs Спирмена)

	Индекс толерантности	Этническая толерантность	Социальная толерантность	Толерантность, как черта личности
Активность – пассивность	0,196**	0,103*	0,138**	0,271**
Доминирование – подчиненность	0,126**	0,031	0,135**	0,172**
Общительность – замкнутость	0,208**	0,095*	0,142**	0,262**
Поиск впечатлений – избегание	0,150**	0,061	0,150**	0,162**
Привлечение внимания – избегание	0,078	0,010	0,047	0,143**
<b>Экстраверсия-интроверсия</b>	0,198**	0,076	0,157**	0,267**
Теплота-равнодушие	0,203**	0,124**	0,122**	0,262**
Сотрудничество-соперничество	0,100*	0,059	0,040	0,153**
Доверчивость-подозрительность	0,258**	0,162**	0,186**	0,246**
Понимание-непонимание	0,359**	0,282**	0,237**	0,369**
Уважение других - самоуважение	0,272**	0,189**	0,184**	0,306**
<b>Привязанность - обособленность</b>	0,301**	0,204**	0,189**	0,343**
Аккуратность-неаккуратность	- 0,053	- 0,103*	0,034	- 0,012
Настойчивость-слабоволие	0,164**	0,111*	0,132**	0,198**
Ответственность-безответственность	0,134**	0,099*	0,082	0,179**

Самоконтроль-импульсивность	- 0,083	- 0,092	- 0,040	- 0,066
Предусмотрительность-беспечность	0,001	0,011	0,014	- 0,004
<b>Контролирование-Естественность</b>	0,057	0,019	0,078	0,083
Тревожность-беззаботность	- 0,039	0,461**	0,461**	0,461**
Напряженность - расслабленность	- 0,077	- 0,109*	- ,057	- 0,034
Депрессивность - эмоциональная комфортность	0,011	- 0,070	0,003	0,051
Самокритика-самодостаточность	0,048	- 0,013	0,044	0,076
Эмоциональная лабильность - эмоциональная стабильность	0,093*	- 0,006	0,091	0,126**
<b>Эмоциональность-сдержанность</b>	0,005	0,031	0,020	0,070
Любопытство - консерватизм	0,223**	0,142**	0,119*	0,302**
Мечтательность - реалистичность	0,175**	0,096*	0,097*	0,203**
Артистичность - неартистичность	0,216**	0,179**	0,101*	0,235**
Сензитивность - нечувствительность	0,259**	0,190**	0,205**	0,268**
Пластичность - ригидность	0,184**	0,133**	0,167**	0,199**
<b>Игривость - практичность</b>	0,296**	0,210**	0,196**	0,335**

Прим.:

(\*) – это уровень значимости 0,05

(\*\*) - это уровень значимости 0,01

Опираясь на теорию психосоциального развития личности Э. Эриксона, мы разделили испытуемых на три возрастные группы: младшая (14 - 20 лет) –



98 девушек (78,4 %) и 27 юношей (21,6 %); средняя (21 – 35 лет) – 168 женщин (66,6%) и 84 мужчины (33,3 %); старшая (36 - 74 лет) – 45 женщин (64,2 %) и 25 мужчин (35,8 %)). Сравнение данных групп респондентов по выраженности агрессивности (критерий Краскала-Уоллиса и попарное сравнение групп (критерий Манна-Уитни) показало следующее: физическая агрессия наиболее свойственна младшей возрастной группе по сравнению со старшей возрастной группой ( $p = 0,01$ ) или средней возрастной группой ( $p = 0,04$ ). Косвенная агрессия наиболее свойственна представителям младшей возрастной группы по сравнению со старшей возрастной группой ( $p = 0,01$ ) или средней возрастной группой ( $p = 0,01$ ). Также у представителей средней возрастной группы косвенная агрессия более выражена, чем у представителей старшей возрастной группы ( $p = 0,01$ ). Раздражение наиболее свойственно младшей возрастной группе по сравнению со старшей возрастной группой ( $p = 0,01$ ) или средней возрастной группой ( $p = 0,01$ ). Также у представителей средней возрастной группы раздражение более выражено, чем у представителей старшей возрастной группы ( $p = 0,022$ ). Негативизм наиболее свойственен младшей возрастной группе по сравнению со старшей возрастной группой ( $p = 0,01$ ) или средней возрастной группой ( $p = 0,01$ ). Словесная агрессия наиболее свойственна младшей возрастной группе по сравнению со старшей возрастной группой ( $p = 0,01$ ) или средней возрастной группой ( $p = 0,022$ ).

Сравнение младшей, средней и старшей возрастных групп респондентов по выраженности личностных особенностей показало, что «контролирование» наиболее свойственно младшей возрастной группе, по сравнению с представителями старшей возрастной группы ( $p = 0,032$ ). Эмоциональность наиболее свойственна представителям младшей возрастной группы, по сравнению со старшей возрастной группой ( $p = 0,01$ ) или средней возрастной группой ( $p = 0,01$ ). У представителей средней возрастной группы эмоциональность более выражена, чем у представителей старшей возрастной группы ( $p = 0,019$ ). Экспрессивность наиболее свойственна младшей возрастной группе ( $p = 0,01$ ) и средней возрастной группе ( $p = 0,01$ ), по сравнению со старшей возрастной группой.

Сравнение младшей, средней и старшей возрастных групп респондентов по выраженности толерантности показало, что наиболее толерантна младшая возрастная группа ( $p = 0,028$ ) и средняя возрастная группа ( $p = 0,01$ ) по сравнению со старшей возрастной группой. Этническая толерантность наиболее свойственна представителям средней возрастной группы, по сравнению со старшей возрастной группой ( $p = 0,001$ ) или младшей возрастной группой ( $p = 0,011$ ). По сравнению со старшей группой социальная толерантность наиболее свойственна представителям младшей возрастной группы ( $p = 0,001$ ) и средней возрастной группы ( $p = 0,001$ ). Толерантность, как личность наиболее выражена у представителей средней возрастной группы, по сравнению с представителями младшей возрастной группы ( $p = 0,028$ ). Сравнение разновозрастных респондентов по выраженности тревожности показало, что ситуативная тревожность наиболее свойственна младшей

возрастной группе по сравнению со средней возрастной группой ( $p = 0,02$ ). Личностная тревожность наиболее свойственна представителям младшей возрастной группы, по сравнению с представителями со средней возрастной группой ( $p = 0,012$ ) и старшей возрастной группой ( $p = 0,004$ ).

Таким образом, наиболее выраженная агрессивность свойственна младшей возрастной группе. Предположительно это можно объяснить тем, что в этот возрастной период человеку присуще более ярче и эмоциональнее реагировать на различные события. Как подтверждение этому высокие результаты по факторам «эмоциональность» и «экспрессивность». Наименее толерантной оказалось старшая группа, предположительно из-за того, что на она более всего подвержена влиянию СМИ, которые продуцируют необходимый образ мигрантов.

Сравнение респондентов по половому признаку показало, что у женщин по сравнению с мужчинами наиболее выражена толерантность ( $U=23,597$  при  $p=0,043$ ) и толерантность, как черта личности ( $U=28,021$  при  $p=0,001$ ). Также женщинам по сравнению с мужчинами более свойственны раздраженность ( $U=26,629$  при  $p=0,001$ ) и обидчивость ( $U=23,651$  при  $p=0,033$ ). Также женщинам по сравнению с мужчинами более свойственны экстравертированность ( $U=26,063$  при  $p=0,001$ ), привязанность ( $U=25,925$  при  $p=0,001$ ), повышенная эмоциональность ( $U=30,526$  при  $p=0,001$ ) и экспрессивность ( $U=28,380$  при  $p=0,001$ ). Женщинам более свойственна, чем мужчинам личностная тревожность ( $U=23,923$  при  $p=0,022$ ) и ситуативная тревожность ( $U=17,030$  при  $p=0,001$ ), а также более высокий уровень социальной фрустрации ( $U=17,920$  при  $p=0,012$ ).

Таким образом, установлено, что женщины более толерантны, чем мужчины. На наш взгляд это связано с тем, что женщины меньше интересуются, чем мужчины межэтническими проблемами в СМИ.

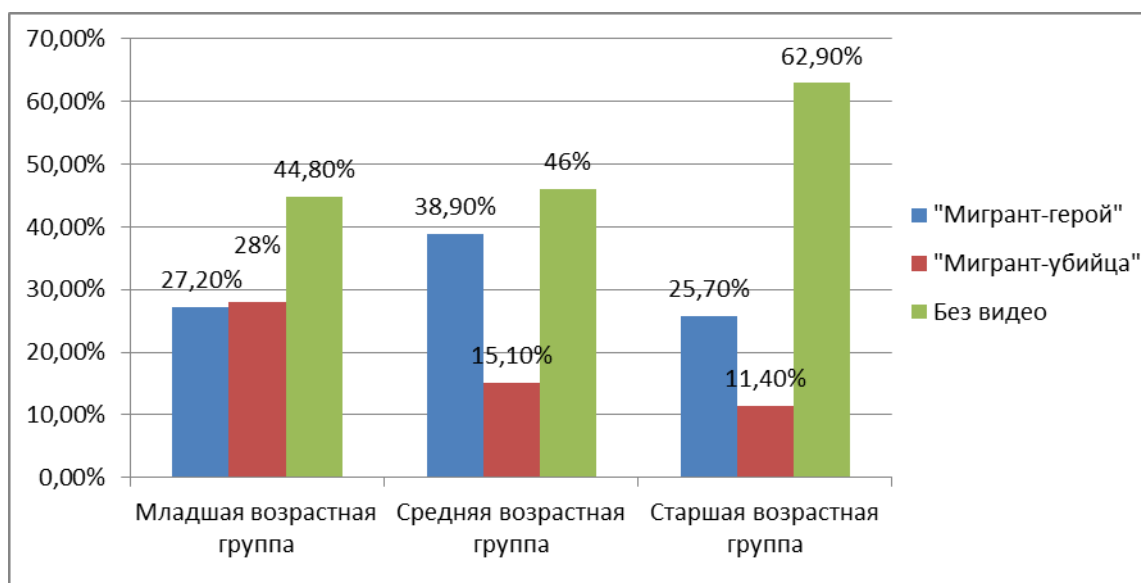
Сравнение респондентов с разным уровнем образования показало, что эмоциональная неустойчивость наиболее свойственна лицам, имеющим среднее, начальное профессиональное или среднее профессиональное образование по сравнению с лицами, имеющими неполное высшее образование ( $p = 0,002$ ) и высшее образование ( $p = 0,001$ ). Экспрессивность наиболее выражена у лиц имеющих среднее, начальное профессиональное или среднее профессиональное образование ( $p = 0,001$ ), а также у лиц имеющих неполное высшее образование ( $p = 0,008$ ) по сравнению с лицами, имеющими высшее образование. Социальная толерантность наименее свойственна лицам имеющим высшее образование, по сравнению с лицами, имеющими среднее, начальное профессиональное или среднее профессиональное образование ( $p = 0,032$ ), а также лицами, имеющими неполное высшее образование ( $p = 0,001$ ). Косвенная агрессия наименее свойственна лицам имеющим высшее образованием, по сравнению с лицами, имеющими среднее, начальное профессиональное или среднее профессиональное образование ( $p = 0,001$ ), а также лицами, имеющими неполное высшее образование ( $p = 0,001$ ). Негативизм более свойственен лицам имеющим среднее, начальное

профессиональное или среднее профессиональное образование, по сравнению с лицами имеющими неполное высшее образование ( $p = 0,006$ ) и лицами имеющими высшее образование ( $p = 0,001$ ). Обидчивость более свойственна лицам имеющим неполное высшее образование, по сравнению с лицами имеющими высшее образование ( $p = 0,031$ ). Словесная агрессия более свойственна лицам имеющим среднее, начальное профессиональное или среднее профессиональное образование, по сравнению с лицами имеющими неполное высшее образование ( $p = 0,001$ ) и лицами имеющими высшее образование ( $p = 0,001$ ).

Таким образом, наиболее агрессивными и подвержены своим эмоциям являются люди с со средним и средним профессиональным образованием, что на наш взгляд связано с уровнем полученных знаний.

**В третьем параграфе** «Эмпирическое исследование особенностей отношения к образу трудового мигранта в условиях медиа-воздействия у представителей различных социально-демографических групп» дается описание и анализ исследования отношения к образу трудового мигранта у испытуемых в выделенных группах, а также приводится связь с социально-психологическими характеристиками (тревожность, агрессивность, толерантность, способность контролировать себя, эмоциональная устойчивость, экстраверсия – интроверсия; привязанность – обособленность; спонтанность – практичность).

По результатам исследования испытуемые были разделены на 3 группы по выбору видеоролика: 1. Группа, выбравшая для просмотра видеоролик «Мигрант-убийца» (81 человек, что составляет 18,1% выборки); 2. Группа, выбравшая для просмотра видеоролик «Мигрант-герой» (150 человек, что составляет 33,6 % выборки); 3. Группа отказавшаяся смотреть любой из вышеуказанных видеороликов (216 человек, что составляет 48,3 % выборки). Как оказалось выбор ролика не зависит от пола испытуемого, также как и от образования. А вот возраст связан с предпочтением выбора видеосюжета ( $\chi^2 = 18,327$  при  $p = 0,001$ ) (рис. 1).



### Рис. 1. Выбор респондентов ролика для просмотра (с учетом возраста)

Как видно из диаграммы во всех возрастных группах большая часть респондентов отказывалась смотреть видео. Тем не менее, можно говорить о том, что ролику «мигрант-убийца» чаще оказывают предпочтение в младшей группе, а ролик «мигрант-герой» по сравнению с другими возрастными группами более был предпочтителен для просмотра в средней возрастной группе. По нашему мнению это связано с тем, что у представителей младшей возрастной группы выражена агрессивность (см. с. 18), а у представителей средней возрастной группы выражена этническая толерантность.

Сравнение групп с учетом выбора видеоролика показало, что у лиц выбравших ролик «мигрант-убийца» более выражена личностная тревожность, по сравнению с лицами, выбравшими ролик «мигрант-герой» ( $p = 0,021$ ) и лицами, отказавшимися смотреть видео ( $p = 0,001$ ). Лицам, отдавшим предпочтение видеоролику «мигрант-герой» более свойственен высокий уровень толерантности, по сравнению с лицами, выбравшими для просмотра ролик «мигрант-убийца» ( $p = 0,002$ ) или отказавшимися смотреть видео ( $p = 0,001$ ). Лицам, отдавшим предпочтение видеоролику «мигрант-герой» более свойственен высокий уровень этнической толерантности, по сравнению с лицами, выбравшими для просмотра ролик «мигрант-убийца» ( $p = 0,006$ ) или отказавшимися смотреть видео ( $p = 0,006$ ). Лицам, отдавшим предпочтение роликам «мигрант-герой» и «мигрант-убийца» более свойственен высокий уровень социальной толерантности, по сравнению с лицами отказавшими смотреть видеоролик. Лицам, отдавшим предпочтение видеоролику «мигрант-герой» более свойственен высокий уровень толерантности, как черты личности по сравнению с лицами, выбравшими для просмотра ролик «мигрант-убийца» ( $p = 0,001$ ) или отказавшимися смотреть видео ( $p = 0,006$ ).

Таким образом, очевидна взаимосвязь выбора видеосюжета с негативной окраской мигранта людьми, которым свойственна интолерантность. И наоборот, толерантные люди выбрали для просмотра ролик положительно характеризующий мигранта.

При исследовании социальной дистанции представителей различных социально-демографических групп с образами трудовых мигрантов в средствах массовой информации были получены следующие результаты:

- образы высококвалифицированных, публичных трудовых мигрантов (спортсменов и тренеров), а также образы квалифицированных, но не знакомых мигрантов (научных работников, гувернанток и т.д.) были установлены людьми на социальную дистанцию предполагающую принадлежность к их профгруппе или группе знакомых;

- максимально возможной оказалась дистанция с образом неработающих трудовых мигрантов из ближнего зарубежья. Представители всех социально-демографических групп считают, что данные трудовые мигранты не должны въезжать в Россию;

- наименьшая социальная дистанция была выявлена у лиц, выбравших для просмотра видеоролик «мигрант-герой», что говорит о большей лояльности и толерантности к трудовым мигрантам;

- наибольшая социальная дистанция испытуемых по отношению к образу мигрантов была выявлена у лиц, выбравших для просмотра ролик «мигрант-убийца», что говорит о негативном их отношении к трудовым мигрантам;

- наименьшая социальная дистанция свойственна лицам из средней возрастной группы;

- наибольшая социальная дистанция свойственна лицам со средним, начальным профессиональным и средним профессиональным образованием.

Таким образом, респонденты негативно относятся лишь к мигрантам ведущим асоциальный образ жизни.

Ответы испытуемых на вопросы анкеты «Отношение к трудовой миграции и трансляция образа трудовых мигрантов в СМИ» (Абакумова И.В., Гришина А.В.) показали, во-первых, какой именно образ мигранта вследствие воздействия масс-медиа сформирован у людей на данный момент, а во-вторых, отношение к этому образу. У всех респондентов оказалось в целом отрицательное отношение к трудовой миграции: Половина испытуемых затруднилась или ответила категорическое «нет» на вопрос «Нужны ли России трудовые мигранты», 51% респондентов думают, что «приезжие» отнимают рабочие места у принимающего общества. Несмотря на это 67% респондентов считает, что и «свои» и «чужие», должны зарабатывать одинаково, если они занимают идентичную должность (рис. 2).

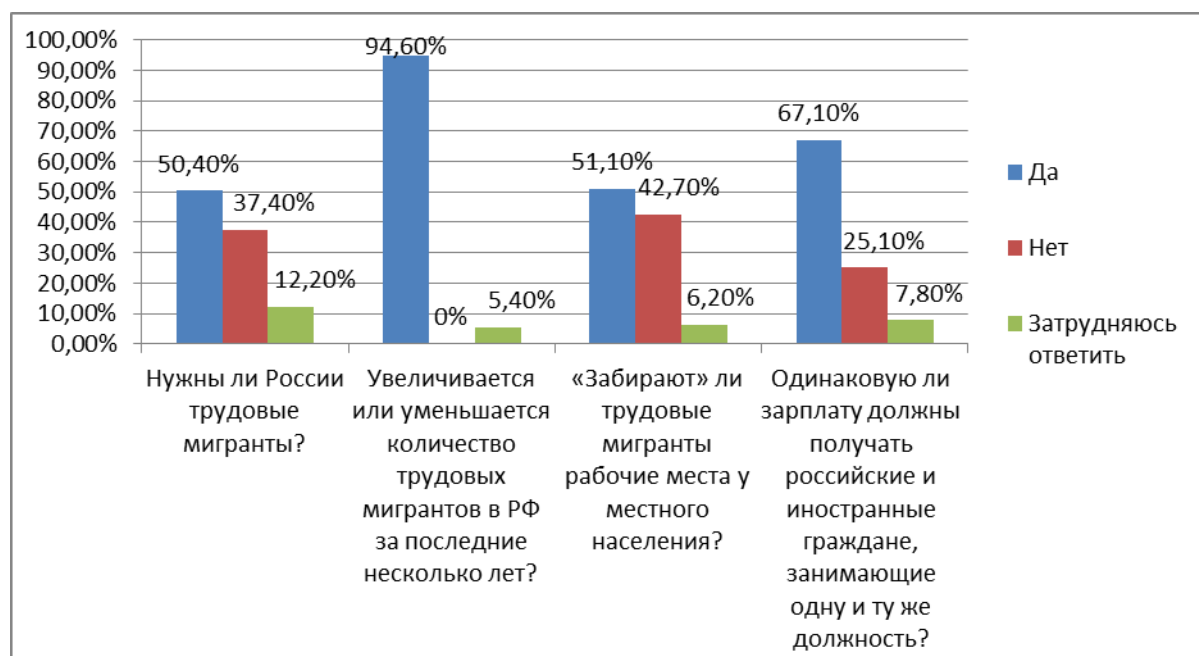


Рис. 2. Отношение общества к трудовым мигрантам

Стоит отметить, что 79,3% респондентов сказали, что не знают официальную статистику трудовой миграции в Российской Федерации.

Большинство респондентов (64,8%) считают, что мигранты заняты в основном в строительной сфере, а также низко квалифицированным трудом (так считают 30,5% опрошенных). Большая часть опрошенных (59,5%) придерживается мнения, что в целом средства массовой информации представляют трудовых мигрантов отрицательными персонажами (преступниками, необразованными людьми, «чужаками» приехавшими отнимать исконно русские земли) (рис. 3).

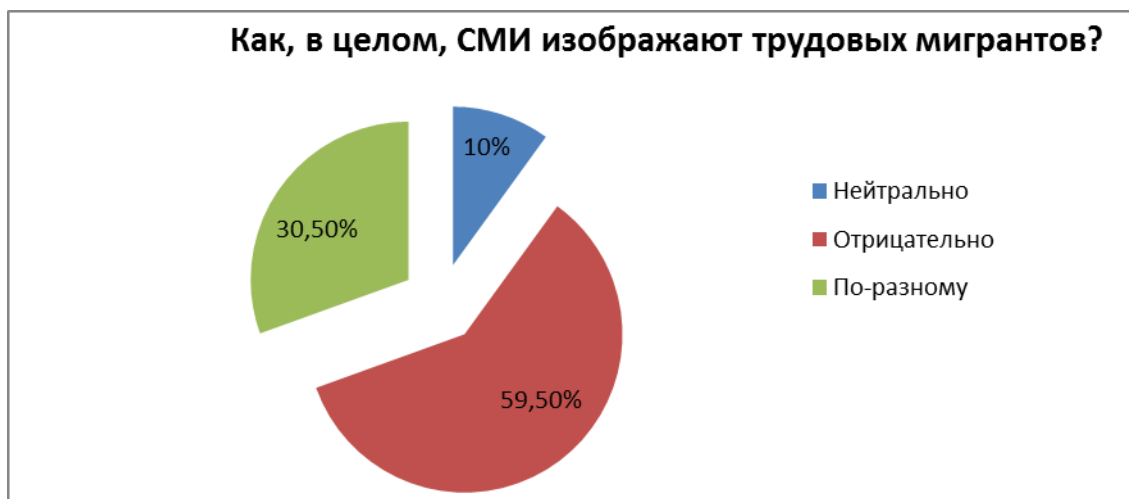


Рис. 3. Роль СМИ в формировании образа мигранта

Из всех существующих СМИ на отношение к мигрантам в большей степени воздействует на людей телевидение (так ответили 56,4% опрошенных), на втором месте оказался интернет (24,4%). Частое обсуждение проблемы мигрантов в СМИ развивает в обществе интолерантность (нетерпимость) и вызывает агрессию к приезжим (так считают 30,5% и 34,3% опрошенных соответственно).

Типичным образом трудового мигранта в отечественных СМИ 98% респонденты считают образ непрофессионала из ближнего зарубежья, трудящегося в строительной сфере.

Согласно этим результатам можно говорить о наличии у испытуемых сформированного убеждения, отношения к трудовым мигрантам и некоего образа мигрантов полученного из масс-медиа. Это говорит о стереотипизации оценочных выборов, и нужно понимать, что если отношение общества к мигрантам не будет скорректировано и трансформировано, то существующий на данный момент, выраженный негативный этнический стереотип, может стать уже официальной государственной и общественной позицией в отношении мигрантов, что приведет к социальной деструкции, экстремистским проявлениям и межэтническим конфликтам.

**В четвертом параграфе** «Типы отношения к образу трудового мигранта у представителей различных социально-демографических групп в условиях медиа-воздействия» были описаны положительный, негативный и амбивалентный типы отношения к образу трудового мигранта.

Двухэтапный кластерный анализ позволил проверить выдвинутую гипотезу, согласно которой существуют типы отношения к образу трудового

мигранта в условиях медиа-воздействия у представителей различных социально-демографических групп, имеющие различную степень выраженности определенных социально-психологических характеристик. В качестве факторов для проведения кластерного анализа были выбраны такие социально-психологические характеристики, как толерантность, привязанность, личностная тревожность, раздражение. Данные характеристики наиболее взаимосвязаны между собой и проявляются у представителей различных социально-демографических групп (см. табл. 5).

Таблица 5

Соотношение социально-психологических характеристик в группах с разным отношением к образу трудового мигранта в условиях медиа-воздействия

Кластер	3	1	2
Метка	Группа с амбивалентным отношением	Группа с положительным отношением	Группа с негативным отношением
Описание	Характерно сочетание толерантности и интолерантности. Свойственно воспринимать угрозу своей самооценке и жизнедеятельности в большом радиусе ситуаций, реагировать выраженным состоянием тревожности. Свойственна плохо или даже хорошо скрываемая агрессия, которая через определенное время проявится в полной мере	Характерно позитивное отношение к людям, существует потребность быть рядом с другими людьми. Обычно, добрые, отзывчивые люди, которые хорошо понимают других людей, чувствуют личную ответственность за их благополучие, лояльно относятся к недостаткам других. Свойственно сопереживание, поддержка коллективных мероприятий и чувство ответственности за общее дело. Добросовестно и ответственно выполняют взятые на себя поручения. Стараются избегать разногласий, взаимодействуя с другими, не любят конкуренции, предпочитают сотрудничать, чем соперничать.	Свойственна высокая интолерантность и наличие выраженных интолерантных установок к окружающему миру и людям. Проявляется стремление к независимости и самостоятельности. Свойственно дистанцироваться от других, иметь отличную от других позицию. Уклонение от общественных поручений, небрежность в выполнении обязанностей и обещаний. Холодное отношение к другим людям, непонимание людей, с которыми общаются. Их больше волнуют свои проблемы, нежели проблемы окружающих. Свои интересы находятся выше интересов других людей и всегда готовы их отстаивать в конкурентной борьбе. Стремятся к совершенству. Для достижения цели используют все доступные им средства, не считаясь с интересами других.
Размер	43,2% (193)	41,6 % (186)	15,2% (68)
Входные поля	«Толерантность» 79,33	«Толерантность» 85,25	«Толерантность» 59,85
	«Личностная тревожность» 52,29	«Личностная тревожность» 40,35	«Личностная тревожность» 41,41
	«Привязанность»	«Привязанность –	«Привязанность –

	– отделенность» 51,59	отделенность» 58,96	отделенность» 40,91
	«Раздражение» 3,65	«Раздражение» 1,88	«Раздражение» 2,97

По результатам математической обработки полученных данных, а также анализа выявленных различий и корреляций можно судить о том, что изучаемые показатели различны в выделенных группах, при этом различия являются взаимосвязанными. В виду этого мы решили, что будет целесообразно представить выявленные различия и корреляции в виде типов отношения к образу трудового мигранта в условиях медиа-воздействия, так как они проявлены довольно интенсивно и обхватывают всю изучаемую выборку.

**1. Тип положительного отношения к образу трудового мигранта в условиях медиа-воздействия.** Данный тип преобладает у представителей среднего возраста (21-35 лет) и женщин. Представителям данного типа свойственна терпимое и даже положительное отношение к образу трудового мигранта. Им свойственна наименьшая социальная дистанция, т.е. они готовы общаться и сотрудничать с членами другого этноса. Лицам данного типа присущи такие черты, как экстраверсия, активность, доминирование, общительность, поиск впечатлений, «теплота», сотрудничество, доверчивость, понимание, уважение других, привязанность, настойчивость, ответственность, эмоциональность, любопытство, мечтательность, артистичность, сензитивность, пластичность и экспрессивность. Предпочитают получать информацию о мигрантах с положительной окраской.

**2. Тип негативного отношения к образу трудового мигранта в условиях медиа-воздействия.** Данный тип преобладает у представителей младшего возраста (14-20 лет), а также лиц со средним, начальным профессиональным и средним профессиональным образованием. Данному типу свойственен низкий уровень толерантности, а также высокий уровень агрессии. Преобладает физическая, косвенная и словесная агрессии, раздражительность, негативизм, обидчивость и подозрительность, а также личностная тревожность. Предпочитают получать информацию о мигрантах с негативной окраской.

**3. Тип амбивалентного отношения к образу трудового мигранта в условиях медиа-воздействия.** Для данного типа характерно сочетание, как толерантности, так и интолерантности. Данный тип может быть у представителей всех возрастных групп, но больше к нему предрасположены представители средней и старшей возрастных групп. Данный тип занимает промежуточное положение между типами негативного и положительного отношений. Представителям данной группы свойственно воспринимать угрозу своей самооценке и жизнедеятельности в большом радиусе ситуаций и отвечать крайне выраженным состоянием тревожности. Свойственна плохо или даже хорошо скрываемая агрессия, которая не сразу приведет к разрыву отношений с другим человеком, но через определенное время проявится в полной мере.

**В пятом параграфе «Рекомендации по формированию положительного отношения к образу трудового мигранта»** описаны технологии прямого и



опосредованного воздействия, ориентированные на убеждающе-оценочный эффект.

В **заключении** подведены итоги, обобщены результаты исследования, а также сформулированы следующие выводы:

1. Эмпирически подтверждена гипотеза о наличии взаимосвязей между отношением к образу трудового мигранта и социально-демографическими характеристиками личности (пол, возраст, образование).

2. Эмпирически подтверждена гипотеза о наличии взаимосвязей между социально-психологическими характеристиками (тревожность, агрессия, толерантность, фрустрация и др.) и социально-демографическими характеристиками.

3. В ходе исследования были выведены типы отношения к образу трудового мигранта в условиях медиа-воздействия у представителей различных социально-демографических групп, имеющие различную степень выраженности определенных социально-психологических характеристик. Можно выделить три типа отношения к образу трудового мигранта в условиях медиа-воздействия: 1) негативная; 2) положительная; 3) амбивалентная.

4. Выбор просмотра видеосюжета (с тем или иным представленным образом трудового мигранта) связан с социально-психологическими характеристиками личности. Установлена взаимосвязь выбора видеосюжета с негативной окраской мигранта, людьми, которым свойственна интолерантность. И наоборот, толерантные люди выбрали для просмотра ролик положительно характеризующий мигранта.

5. Существуют выраженные различия в отношении к образу трудового мигранта у представителей различных социально-демографических групп. У всех испытуемых обнаружено, с одной стороны, постоянное неприятие трудовых мигрантов определенной категории (асоциальной направленности), а, с другой стороны, принятие других категорий мигрантов (квалифицированных специалистов).

6. Разработаны методические рекомендации для работников средств массовых информационных по изменению создаваемого ими образа трудового мигранта с целью повышения толерантности в российском обществе, а также и специалистов, работающих с мигрантами в государственных учреждениях и общественных организациях для преодоления формирования отрицательного отношения к трудовым мигрантам и формирования положительного образа трудового мигранта.

#### **Основные положения диссертации отражены в публикациях автора:**

*Публикации в изданиях, рекомендованных ВАК РФ:*

1. Осин, Р.В. Образ трудового мигранта в СМИ и его восприятие гражданами РФ. [Электронный ресурс] / Р.В. Осин // **Письма в Эмиссия. Оффлайн (The Emissia. Offline Letters): электронный научный журнал.** - Июнь 2013. Режим доступа: <http://www.emissia.org/offline/2013/2010.htm> (0,5 п.л.).

2. Осин, Р.В. Исследование специфики отношения к образу трудового мигранта в условиях медиа-воздействия / Р.В. Осин // **Теория и практика общественного развития.** – 2014. - № 13. – С. 67-70. (0,25 п.л.).

3. Осин, Р.В. Особенности отношения к образу трудового мигранта в СМИ / Р.В. Осин, В.В. Константинов // **Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки.** – 2014. - № 9. – С. 49-53. (0,25 п.л. в т.ч. 0,15 п.л. авторских).

*Другие научные публикации:*

4. Осин, Р.В. Особенности трансляции образов различных социальных групп в масс-медиа / Р.В. Осин // **Магистрант.** – 2013. - № 1. – С. 50-55. (0,35 п.л.)

5. Осин, Р.В. Образ мигрантов в современных российских масс-медиа / Р. В. Осин, В. В. Константинов // **Пензенский психологический вестник.** - 2013. - № 1 (1). - С. 111-124. (0,5 п.л. в т.ч. 0,35 п.л. авторских).

6. Осин, Р.В. Особенности отношения к мигрантам в условиях медиа-воздействия / Р.В. Осин, В.В. Константинов // **Известия Саратовского университета. Новая серия. Акмеология образования. Психология развития.** - 2014. - Т.3, - № 1(9). – С. 53-57. (0,5 п.л. в т.ч. 0,35 п.л. авторских).

7. Roman V. Osin. Image labor migrants in the media and its perception as Russian citizens / Roman V. Osin // **ЕИС 2013. Proceedings in Electronic International Interdisciplinary Conference 2013. The 2nd Electronic International Interdisciplinary Conference. 2 – 6 September 2013. Slovak Republic.** p. 255-257. (0,5 п.л.).

8. Осин, Р.В. Специфика отношения к трудовым мигрантам в условиях медиа-воздействия / Р.В. Осин // **Инсайт. Сборник научных работ студентов, аспирантов и молодых ученых / ред. кол. И.В. Шапошникова, Е.Е. Блинова и др.** – Херсон: ЧП Вышемирский В.С. - 2014. – С. 268-272. (0,35 п.л.).

9. Осин, Р.В. Этнопсихологические проблемы адаптации мигрантов на территории России: роль отечественных средств массовой информации / Р.В. Осин, В. В.Константинов // **Социально-психологическая адаптация мигрантов в современном мире: материалы 2-й Международной научно-практической конференции (27-28 февраля 2014 года) / Ответственный редактор В.В. Константинов.** – М.: Издательство «Перо» – Пенза, Пензенский государственный университет – С. 120-126. (0,5 п.л. в т.ч. 0,35 п.л. авторских).

10. Осин, Р.В. Психологические проблемы адаптации трудовых мигрантов на территории России: роль отечественных СМИ [Электронный ресурс] / Р.В. Осин. // **Материалы Международного молодежного научного форума «ЛОМОНОСОВ-2014» / Отв. ред. А.И. Андреев, А.В. Андриянов, Е.А. Антипов, М.В. Чистякова.** Режим доступа:

[http://lomonosov-msu.ru/archive/Lomonosov\\_2014/2642/2200\\_41158\\_74d1b1.pdf](http://lomonosov-msu.ru/archive/Lomonosov_2014/2642/2200_41158_74d1b1.pdf)

(0,35 п.л.).

**Осин Роман Викторович**

**Особенности отношения к образу трудового мигранта в условиях медиа-  
воздействия у представителей различных социально-демографических  
групп**

**Специальность 19.00.05 – «Социальная психология»  
(психологические науки)**

**АВТОРЕФЕРАТ**

диссертации на соискание ученой степени  
кандидата психологических наук

Подписано в печать \_\_\_\_\_

Уч.-изд. л. 1,9

Формат 60x84/16.

Бумага писчая № 1

Заказ №

Тираж 100 экз.

Отпечатано в ....

г. Пенза, ул.