
СОЦИОЛОГИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ОБРАЗОВ СТРАН-СОСЕДЕЙ В ВОСПРИЯТИИ РОССИЙСКОЙ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ: МЕТОДИЧЕСКИЕ И СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЕ КОМПОНЕНТЫ*

Н.П. Нарбут, И.В. Троцук

Кафедра социологии
Российский университет дружбы народов
ул. Миклухо-Маклая, 10/2, Москва, Россия, 117198

Описана методика проводимого на базе Социологической лаборатории РУДН социологического «измерения» устойчивых стереотипов массового молодежного сознания в отношении тех стран-соседей, которые наиболее близки нашей стране в геополитическом контексте. Представлены результаты исследования. Понимая и признавая условность и схематичность применяемого инструментария и полученных содержательных конструкций, авторы, тем не менее, полагают, что предложенная модель «измерения» вполне может стать основой для разработки и реализации более масштабных с точки зрения объемов анкеты и стратификационной структуры выборки проектов по изучению социальных представлений и проведению имиджево-страновых сравнений, в том числе в иных социокультурных контекстах.

Ключевые слова: собирательный образ страны-соседа, стереотипные представления, опросный инструментарий, образ типичного представителя другой страны, Китай, Казахстан, Сербия.

Общественное мнение в современном мире получило статус базового социального института и, судя по многочисленным примерам из новейшей истории целого ряда стран, вполне способно играть решающую роль во внутренней политике страны активными протестными действиями. Это позволяет государственным институциям и политическим силам использовать его для мобилизации населения в собственных интересах. Вместе с тем вполне очевидно, что в сфере внешней политики «потенциал» воздействия общественного мнения как «опоры» государственных решений незначителен, вернее, лишь номинально и декларативно высок. Вот почему политические лидеры и государственные чиновники, обосновывая неприятные для собственного реноме действия, любят ссылаться на то, что «этого хотят граждане страны». Данная ситуация закономерна в том смысле, что стереотипы общественного сознания о странах-соседях формируются либо стихийно (например, в результате массовых туристических поездок в страну, которая геополитически и (или) экономически не является принципиально важным партнером для государства), либо целенаправленно — когда государству важно получить поддержку своих действий на внешнеполитической арене, но в этом случае стереотипизация будет тем более ярко выраженной и однозначно оценочной: официальный политический и медийный дискурс будет формировать в общественном сознании либо образ врага для оправдания агрессии, либо, наоборот, образ друга для обоснования финансовой или иной помощи другой стране за счет своих налогоплатель-

* Исследование выполнено при поддержке РГНФ. Грант № 11-03-00161.

щиков. В качестве ярких примеров целенаправленного формирования нужного вектора социальных представлений обычно приводят демократические страны (прежде всего США), «где законность силовой акции определяется общественным мнением... американские и другие западные лидеры прекрасно отдавали себе отчет, какую реакцию вызовут не сходявшие с телеэкранов кадры... массового исхода албанских беженцев из Косово... весной 1999 г. общественное мнение поддержало вмешательство НАТО в косовский кризис; во Франции в начале бомбардировок его одобряли только 37—38% населения, к концу апреля — уже до 70%» [1].

Следует признать, что в последние десятилетия российской истории, в отличие от советского периода, образы стран-соседей в общественном сознании россиян формируется в основном стихийно: этому способствует и общий аполитизм нынешней жизни, и феноменальная политическая индифферентность наших сограждан в особенности; и широкое распространение современных информационных технологий, благодаря чему различные организации и частные лица (например, популярные блоггеры) активно распространяют в социальных сетях собственные «образы» различных стран, и полученная современным человеком свобода географических передвижений, когда в погоне за впечатлениями он судорожно фотографирует наиболее «экзотические» элементы социального ландшафта иных государств. В целом, исследователи признают, что в России, США и многих других вполне успешных (считающихся основными игроками на мировой политической арене, несмотря на серьезные экономические проблемы и неудачные военные кампании) странах (неуспешным, скорее всего, вообще не до того, они замкнуты на собственных проблемах и отвлекаются на международную обстановку, только если популистские сценарии их решения требуют мобилизации фактора внешней угрозы, мирового заговора или заокеанского врага) общественное мнение традиционно озабочено главным образом внутренними проблемами страны, в первую очередь социальными и экономическими, и среднестатистический рядовой гражданин сравнительно редко (если вообще когда-либо) вспоминает о внешней политике — это обычно происходит в периоды радикальной перестройки мировой архитектуры или в кризисных ситуациях (например, вооруженного противостояния или очередной насильственной смены политического режима в «банановой республике»), причем зачастую только в том случае, если они противоречат его картине мира («не может быть!») или затрагивают его личные интересы (Министерство иностранных дел РФ не рекомендует ему выезжать на горячо любимый курорт).

Вот почему та геополитическая картина мира, которая в большей степени стихийно складывается в массовом сознании, обычно весьма существенно отличается от реального положения дел на международной арене, в том числе с точки зрения сложившихся у России отношений с теми или иными странами. В современном мире, в котором бурно развиваются массовые информационные и коммуникационные технологии и сфера туризма, качество знаний о зарубежье снизилось,

соответственно, расширилось поле и возможности для распространения очень поверхностных стереотипных или сказочно-мифологизированных представлений, причем не только среди рядовых граждан, но и у публичных политиков (больше всех, потому что это освещалось всеми мировыми средствами массовой информации, тут «отличился», наверное, американский президент Джордж Буш-младший, допустивший немало географических и геополитических ляпсусов).

В этой ситуации кроется несколько проблем: во-первых, к сожалению, именно мифологемы все в большей степени определяют восприятие массовым сознанием мирового геополитического порядка как легитимного или неправильного; во-вторых, вследствие этого общественное мнение становится подвержено резким колебаниям, потому что даже частное событие, в сложившийся стереотипный образ некой страны не вписывающееся, может мгновенно изменить вектор ее восприятия на прямо противоположный; в-третьих, в социологических исследованиях мы вынуждены «замерять» именно этот стереотипный «шум», сформировавшийся в общественном сознании под воздействием средств массовой информации и политических манипулятивных технологий, причем, если образы каких-то стран и событий на международной арене существенно различаются в отдельных достаточно крупных социально-демографических и (или) идеологических «сегментах» общественной структуры, учитывающий лишь общие стереотипы инструментарий может не выявить конфликтующих мировоззренческих взглядов. Тем не менее, замерять этот «шум» необходимо для оценки состояния общественного сознания и прогнозирования его развития в тех или иных внешнеполитических сценариях, пусть даже и в формате выявления упрощенного стержневого образа других стран — у каждой из них он будет складываться из различных элементов, учитывающих ее «объективный» мировой геополитический статус и взаимоотношения с Россией в прошлом и в настоящем.

Подобные исследования проводятся в России с конца 1990-х — начала 2000-х гг., в частности, можно назвать серию опросов российских граждан о зарубежных странах, проведенную Фондом «Общественное мнение» под общим названием «Геопроект» (список стран состоял из примерно сорока ведущих держав и нескольких средних и малых стран, играющих заметную роль в мировой политике) [1]. Благодаря этим опросам уже в 2000—2001 гг. было зафиксировано, что представления россиян о ведущих мировых державах весьма монолитны и сфокусированы на их базовых геополитических характеристиках (например, в случае Китая они были так или иначе связаны с его гигантскими размерами и с растущей ролью в мировой политике и экономике), тогда как структура представлений о небольших странах, не играющих в мире важной геополитической роли, весьма разнообразна (так, образ Греции оказался причудливой смесью исторических и мифических фактов, дополненных знаниями о греческих товарах и курортах). Еще десять лет назад по результатам опросов и фокус-групп исследователи ФОМа сделали вывод, что «представление о Китае как о гигантской быстро развивающейся державе заставляет российских граждан полагать, что для России отношения с этой страной важнее, чем с США. Еще вполне живы воспо-

минания о противостоянии между СССР и Китаем в 1960—1970-х годах, о вооруженных столкновениях на границе (1969). В сочетании эти ассоциации могут привести к достаточно опасным фобиям» [1]. Это лишь одно из ярких подтверждений необходимости изучения образов стран-соседей в общественном мнении.

На протяжении последних пяти лет Социологическая лаборатория Российского университета дружбы народов совместно с Пекинским Центром исследований детства и юношества, Белградским государственным университетом и Сербской академией образования реализует совместный исследовательский проект по изучению базовых доминант мировоззрения студенческой молодежи [2; 8; 9; 13]. В трех странах по репрезентативным выборкам студенчества (каждая исследовательская группа использовала собственные критерии дизайна и структурирования выборки, исходя из национальной специфики «стратификации» генеральной совокупности опроса) было проведено анкетирование с применением единого инструментария, тематические блоки которого могли незначительно варьировать, исходя из требований валидности опроса для максимально полного отражения мировоззрения молодежи. В конце 2010 — начале 2011 гг. мы впервые дополнили апробированный опросный лист новым тематическим блоком, призванным показать, какой образ стран-соседей складывается в сознании студенческой молодежи (дополнительный блок вопросов целенаправленно был сделан небольшим, чтобы, с одной стороны, содержательно не перегружать анкету и не удлинять процедуру опроса сверх оптимальных для его проведения временных параметров; с другой стороны, чтобы в максимально несензитивной форме «снять» базовые ассоциации и стереотипы в отношении других стран).

В разработке инструментария исследования мы исходили из убеждения, что аналитическая оптика изучения собирательных образов других стран должна учитывать два принципиальных обстоятельства: во-первых, политическая риторика и информационный «шум» средств массовой коммуникации всегда формируют определенный стереотипный образ некоторой страны и ее типичного жителя; во-вторых, однажды сформировавшись, он обретает феноменальную устойчивость, как любой социальный стереотип, упрощающий нашу повседневную жизнь за счет экономии усилий по идентификации незнакомых объектов (которые мы часто не то чтобы не желаем знать, а скорее реально оцениваем собственные шансы близкого знакомства с ними как нулевые), и начинает определять наше социальное восприятие.

Как только в исследовании возникает понятие «стереотип», мы неизбежно обращаемся к работам У. Липмана, поскольку со времени введения им в понятийно-категориальный аппарат социологии данного понятия и его концептуальной проработки в окружающем нас социальном мире и в механизмах его осмысления и социального картографирования максимально удобным для личного и коллективного ориентирования способом мало что изменилось. Как десятилетия и столетия назад, мы способны и все чаще (в силу усложнения и информационного насыщения социального мира) вынуждены лишь выхватывать из действительности некоторые фрагменты: «Человек — не аристотелевский бог, озирающий все сущее

единым взглядом, а продукт эволюции, который может выхватить фрагмент реальности, достаточный, чтобы выжить, и в потоке времени поймать несколько моментов озарения и счастья. Постепенно он создает для себя и в своей голове заслуживающую доверия картину мира, находящегося за пределами его досягаемости» [3. С. 27]. Пока человек не имеет личного жизненного опыта (включенного наблюдения) и (или) не предпринимает титанических усилий по сбору разноплановой информации об интересующей стране из разных источников (признаемся честно, мало кто из нас этим занимается), он продолжает жить в (счастливым для себя) плену стереотипов о других странах и их типичных жителях, причем если этот плен дарует ему спокойствие и уверенность в завтрашнем дне, то никакой личный непосредственный опыт не разрушит устойчивые стереотипы: «восприятие фактов фильтруется в моральном отношении через селективный взгляд, направляемый стереотипами... видят то, что ожидают увидеть, моральной оценкой руководит эмоционально окрашенный стереотип, символ, фантазия... усеченное видение» [10. С. 218—219].

Поскольку сотрудничество с нашими китайскими коллегами имеет более стабильную многолетнюю основу, а образ Китая должен быть вполне сложившимся в сознании российской молодежи (по причине «укорененности» страны в российском официальном государственном дискурсе и медийной риторике), первоначально небольшой тематический блок вопросов для «измерения» образа страны был апробирован в анкетировании московских студентов с целью выявления устойчивого образа Китая в данной социально-демографической группе. Вполне очевидно, что образ Сербии будет менее четким в сознании студенческой молодежи по целому ряду причин: небольшая территория страны (а значит, и куда меньшая геополитическая роль и «статус» в политическом и медийном дискурсе); редкая и событийно фиксированная актуализация сербской тематики в российских средствах массовой информации (обычно речь идет не о Сербии как таковой, а о поведении ведущих мировых держав в отношении нее); и, признаемся честно, отсутствие научного и публицистического интереса к Восточной и Центральной Европе в целом, не говоря уже об образе этих стран в российском обществе и проведении параллелей в рамках анализа новейшей истории наших стран и т.д.

Хотя образы Китая и китайцев в России — вполне устойчивая проблематика научно-исследовательских и публицистических изысканий (см., напр., [6]), работ, посвященных логике формирования и содержательным акцентам имиджа Китая в России, немного, поскольку взаимоотношения наших стран имеют скорее региональную, чем федеральную актуальность — они важны для части регионов Восточной Сибири и Дальнего Востока, граничащих с Китаем, а не для всего российского общественного мнения [4]. В целом, сложившийся в сознании 42% россиян образ Китая носит скорее позитивный оттенок [15], особенно если речь идет о людях старшего возраста и респондентах с высшим образованием, тогда как о негативном образе Китая говорят 12% опрошенных, причем сравнительно часто (29%) именно жители Дальнего Востока. 67% россиян считают Китай дружественным по отношению к России государством (18% — недружественным), на Даль-

нем Востоке уже 34% респондентов считают его недружественным (противоположного мнения придерживается 58%) [14]. Эти данные вполне объяснимы в свете того, что регионально сфокусированная российская озабоченность экспансией Китая на дальневосточные и сибирские территории нередко озвучивается средствами массовой информации в духе крайне алармистских высказываний о том, что два миллиона китайцев ежегодно нелегально остаются в России, хотя это не подтверждается официальными данными: «Привычным тезисом в вопросе о страшной „китайской миграции“ является отсутствие точных данных. Авторы так и пишут, что никто точно не знает, сколько китайцев в России, но, наверное, уже миллионы, но „при рассмотрении фактических данных, китаисты вынуждены были сделать вывод о незначительном характере китайской нелегальной иммиграции. Однако в многочисленных статьях продолжают утверждать, что счет нелегальных мигрантов из Китая идет на миллионы, а также постоянно воспроизводится метафора А. Пионтковского о союзе России с Китаем, как союзе “кролика и удава”» [5].

Итак, опросный инструментарий нашего эмпирического исследования включил в себя следующие вопросы:

— тематический блок об источниках получения информации о Китае (семь закрытых вопросов в табличной форме);

— просьбу назвать имена трех известных респонденту китайских общественных деятелей (открытый вопрос);

— вопрос-меню, в котором респонденту из 21 закрытия предлагалось выбрать не более пяти наиболее, на его взгляд, соответствующих менталитету и поведению китайцев характеристик;

— вопрос-меню, в котором респондент должен был выбрать из предложенного списка три страны, к которым он относится наиболее положительно, или указать собственный вариант (не упомянутую в списке страну в варианте «другое»);

— закрытые вопросы, оценивающие интерес респондента совершить поездку в Китай и характеризующие восприятие влияния на Россию отношений с Китаем;

— табулированный набор суждений о китайском общественном развитии, по каждому из которых респондент должен был выразить степень своего согласия; закрытый вопрос, оценивающий заинтересованность в изучении китайского языка.

Ниже результаты целого ряда эмпирических исследований будут представлены тезисно, так как многие из них весьма подробно, с сопроводительными иллюстративными выкладками уже публиковались на страницах нашего журнала, и задача данной статьи — раскрыть содержательные доминанты образов стран-соседей в восприятии студенческой молодежи, а также методику их «измерения».

Если говорить о некотором обобщенном образе Китая, который стал очевиден в результате использования данного опросного инструментария в анкетировании репрезентативной выборочной совокупности студентов московских вузов, то складывается он в основном благодаря средствам массовой информации. В качестве известных китайских общественных деятелей московские студенты назвали прежде всего Мао Цзэдуна (71%), затем Конфуция (33%), Ху Дзинтао и Джеки Чана (по 15%). Сложившийся у российских студентов собирательный образ типичного

жителя Поднебесной таков: трудолюбивый, дисциплинированный патриот-коллективист, семейственный, легко обучаемый, почитающий науку и воспитанный (вполне однозначный и позитивный образ). Общий образ Китая у московских студентов также положителен: страна со все возрастающей ролью в мире (54%) благодаря быстрому экономическому росту (58%) и успешному реформированию (48%), причем каждый четвертый московский студент уверен, что России следует у него поучиться. Не раз уже отмеченная в предыдущих статьях по результатам сопоставительной характеристики ценностных ориентаций российской и китайской молодежи амбивалентность российского молодежного сознания проявилась и в оценке потенциала Китая: 28% студентов полагают, что бурное развитие КНР угрожает государственной безопасности России, а 44% уверены, что российско-китайский союз будет играть важную роль в мировой геополитической структуре (более подробно о результатах данного опроса см. [7]).

Апробированный опросный инструментарий мы использовали для выявления собирательного образа Казахстана в глазах московского студенчества. Конечно, его геополитическая роль, медийная представленность и риторическая артикуляция в российском внешнеполитическом дискурсе по определению уступают китайским, тем не менее, среди иных стран СНГ именно Казахстан выступает наиболее нейтральным (и даже позитивно настроенным) экономическим и политическим партнером России в сообщениях средств массовой информации и заявлениях политических лидеров страны. Как и в случае с Китаем, обобщенный образ Казахстана складывается прежде всего под влиянием средств массовой информации, однако данный источник сведений о стране оказался столь же значим, как и общение с казахстанскими знакомыми (друзьями) — так утверждает около половины опрошенных московских студентов. К Интернету в поисках информации о Казахстане обращается треть респондентов; не менее важны в формировании образа Казахстана и культурные «артефакты» — фильмы, песни, книги (как ни странно, но около трети опрошенных имеют представление о казахстанском кинематографе, музыке и литературе). 90% опрошенных российских студентов никогда не были в Казахстане (здесь цифры вполне схожи с «китайским» опросом — 86%).

В качестве известных казахстанских общественных деятелей 80% опрошенных назвали президента страны Нурсултана Назарбаева; остальные значимые для московских респондентов фигуры набрали не более 5—7% упоминаний, причем сюда вошел не только Абай (Кунанбаев) (7%) — поэт, философ, композитор, просветитель, мыслитель, общественный деятель, основоположник казахской письменной литературы, но и Чингиз Айтматов (5%) — киргизский писатель, что говорит о весьма смутных представлениях студенческой молодежи о страновой принадлежности ключевых для советского периода персоналий. Сложившийся у российских студентов собирательный образ типичного казаха в основном положителен: семейственный, патриот, коллективист, трудолюбивый; примерно каждый четвертый полагает, что казахи свободо- и миролюбивы, дисциплинированы и в то же время воинственны.

84% отмечают положительное влияние Казахстана на Россию: 14% считают, что взаимоотношения наших стран приносят России значительную пользу, а 70% — что плюсов в наших отношениях больше, чем минусов. Однако в целом у студентов не сложился однозначный собирательный образ Казахстана, поскольку 60% полагают, что мало знают об этой стране. Считающие себя вполне осведомленными уверены, что российско-казахстанский союз будет играть важную роль в мировой геополитической структуре, потому что Казахстан выбрал успешный путь реформирования — это не бедная отсталая страна, пусть пока и не перегоняющая российскую экономику, но играющая все возрастающую роль в мире. 60% опрошенных московских студентов убеждены, что Россия и Казахстан — добрые соседи, и бурное развитие Казахстана не угрожает государственной безопасности нашей страны.

Отметим, кстати, что в геополитическом контексте актуализация образа Казахстана в российском общественном мнении под влиянием соответствующего политического и медийного дискурса в значительной степени обусловлена укреплением его позиций на международной арене после визита Нурсултана Назарбаева в Китай (в конце 2006 — начале 2007 гг.) и подписания ряда ключевых соглашений между двумя странами, которые в том числе знаменуют геополитический отход Казахстана от России, пусть таковой, «в отличие от аналогичного движения Азербайджана, практически не афишируется в российских средствах массовой информации... формула „Казахстан плюс Китай минус Россия“ в наибольшей степени характеризует те изменения, которые произошли во внешней политике Казахстана... В российских средствах массовой информации данные соглашения не попали в фокус общественного внимания. Более того, привычно позиционировалось, что в Казахстане успешно функционируют РАО ЕЭС, Газпром и то, что ВВП Казахстана на половину формируется российскими инвестициями» [5], чтобы поддержать геополитический имидж России как центрального и ключевого игрока на территории СНГ. Некоторым подтверждением отмеченной актуализации образа Казахстана в российском общественном мнении могут служить результаты общероссийского репрезентативного опроса, проведенного Фондом «Общественное мнение» в апреле 2007 г. [11]: с 2002 г. доля знающих о том, какой город является столицей Казахстана, выросла на 10% (41%); Казахстан в представлении россиян выглядит более «отсталой» страной по сравнению с Россией — 46% опрошенных уверены, что россияне живут богаче, обеспеченнее, у них больше демократических прав и свобод, Россия после распада Советского Союза развивается успешней; хотя зафиксированный в 2002 г. образ Казахстана в массовом сознании — степной край и бывшая советская республика, унаследовавшая космодром Байконур и запомнившаяся «покорением целины» — постепенно размывается (такие ассоциации сохранились, но звучат почти в два раза реже). Что касается российско-казахстанских отношений, то 72% считают их хорошими, 80% убеждены, что России нужно стремиться к более тесному взаимодействию с Казахстаном, 50% симпатизируют президенту Назарбаеву.

По уже названным выше причинам опросный инструментарий для идентификации содержательных доминант собирательного образа Сербии в восприятии российских студентов был несколько модифицирован и в итоге включил в себя следующие вопросы:

— тематический блок об источниках получения сведений о стране, в котором с учетом меньшего информационного «шума» в отношении Сербии по сравнению с Китаем и Казахстаном, две градации были объединены в одну (получение информации о Сербии из печатных средств массовой информации);

— вопрос о поездке в страну вынесен в отдельный (Сербия не представляет собой важного туристического направления, и ее посещаемость могла «затеряться» в вариантах информирования о стране), убран вопрос о получении информации из кинофильмов (в отличие от широко известного в мире китайского кинематографа, сербский вряд ли вызовет какие-то ассоциации в массовом сознании россиян; даже если респонденты смотрели сербские фильмы, они вряд ли запомнили их именно в качестве таковых);

— вопрос-меню с просьбой выбрать любое количество ответов, соответствующих ассоциациям респондентов со словом «Сербия» (можно было написать свой вариант ответа); аналогичная инструментарию по Китаю и Казахстану просьба написать имена трех известных респонденту сербских общественных деятелей (открытый вопрос);

— вопрос-меню, в котором респонденту из 21 закрытия предлагалось выбрать не более пяти наиболее соответствующих менталитету и поведению сербов характеристик (была добавлена возможность написать собственный вариант ответа);

— вопрос-меню, в котором респондент должен был выбрать из предложенного списка три страны, к которым он относится наиболее положительно, или написать собственный вариант (в каждом из трех опросов в этом списке фигурировал Китай, но Казахстан и Сербия добавлялись только в «своих» анкетах); закрытый вопрос, предлагающий респонденту оценить степень дружественности взаимоотношений России и Сербии на сегодняшний момент;

— аналогичный инструментарию по Китаю и Казахстану закрытый вопрос, характеризующий восприятие респондентом влияния на Россию отношений с Сербией;

— закрытый вопрос-самооценка респондентом собственного уровня информированности о Сербии (от «специалиста» до вообще не понимающего, что это за страна и где она находится, — вполне актуальный вопрос для небольших государств Европы, карта которой выглядит как лоскутное одеяло на фоне просторов Казахстана, не говоря уже о Китае);

— закрытые вопросы, оценивающие заинтересованность респондентов в изучении сербского языка и поездке в Сербию.

Вполне предсказуемо образ Сербии в молодежном восприятии также складывается благодаря средствам массовой информации (в получении сведений о другой стране к ним обращаются 80% респондентов), особенно Интернету (54%). Лишь 11% московских студентов посетили Сербию хотя бы раз в жизни (хотя это очень большой для масштабов страны показатель, учитывая, что аналогичный процент

когда-либо побывавших в Китае составляет 15%, а в Казахстане — 10%, он, скорее всего, связан в большей степени с транзитным проездом через Сербию и региональными туристическими программами). Свой уровень информированности о Сербии студенты оценивают как крайне низкий, что, видимо, вполне объективно отражает реальное положение дел: каждый третий не представляет себе, что это вообще за страна и где именно она находится (32%), каждый второй имеет о ней самое общее представление (58%), т.е. в ответах студентов на вопросы анкеты об образе Сербии мы видим именно социальные стереотипы. Низкий уровень информированности о стране обуславливает то, что основная ассоциация с названием «Сербия» — географическая (страна на Балканском полуострове); вторую по частоте упоминаний группу ассоциаций формируют высказывания геополитического толка, соответствующие наиболее частотному содержательному наполнению медийного дискурса о Сербии (страна, постоянно вовлеченная в этнополитические конфликты с другими бывшими странами Югославии, на территории которой проживает близкий нам славянским происхождением и православной верой народ). Последнюю по значимости группу ассоциаций, каждую из которых выбрал примерно каждый пятый респондент, составляет набор из геополитических (наиболее дружелюбная по отношению к России страна Европы с высокопатриотичным народом) и туристических (хорошее место для отдыха с прекрасной природой) клише.

В качестве известных сербских общественных деятелей московские студенты назвали Слободана Милошевича (8%), Бориса Тадича (5%), Эмира Кустурицу (4%) и Воислава Коштуницу (3%), т.е. в «личностном» образе Сербии в наибольшей степени проявились различия в степени осведомленности московских студентов о Сербии и Китае (ситуация с Казахстаном весьма похожа с точки зрения наиболее частотно встречающегося варианта ответа — Нурсултан Назарбаев): в последнем случае лидеры списка наиболее известных общественных деятелей в открытом вопросе набирали на порядок больше упоминаний: Мао Цзэдун (71%), Конфуций (33%), Ху Дзинтао и Джеки Чан (по 15%). Кроме того, в десятку наиболее известных российской молодежи сербов (набравших от 1% до 2% упоминаний, хотя часто респонденты вписывали только фамилии и не всегда делали это правильно) попали: Ратко Младич, Зоран Джинджич, Вука Карадич, Милорад Павич, Соня Петрович и Милош Красич, т.е. московским студентам известны только популярные медийные сербские имена, которые появляются в российских средствах массовой информации в связи с политическими, культурными или спортивными событиями (более подробно см. [12]).

Образ типичного серба в представлении российских студентов таков: патриот, склонный к коллективизму и свободолюбивый семьянин, честный и трудолюбивый, одновременно воинственный и миролюбивый, воспитанный, дисциплинированный, верный реалист — очевидно позитивный, но несколько противоречивый образ; последняя характеристика, видимо, определяется тем, что страна воспринимается респондентами, с одной стороны, как достаточно традиционная, аграрная, патриархальная, с другой — как постоянно участвующая в (вооруженных) кон-

фликтах. С учетом всех перечисленных позитивно окрашенных ассоциаций и стереотипов, связанных с обобщенным образом Сербии, московские студенты оценивают отношения наших стран на сегодняшний момент скорее как дружественные (42%) (хотя практически каждый второй затруднился с ответом на данный вопрос (46%)) и имеющие для России больше плюсов, чем минусов (74%).

Безусловно, мы осознаем и признаем поверхностность и схематичность полученных данных, однако использование иных опросных схем для оценки обобщенного образа стран-соседей в масштабных эмпирических проектах представляется нам не только весьма затруднительным, но и не вполне оправданным: более громоздкие и детализированные анкеты не дадут искомым результатов просто потому, что существующие стереотипные образы других стран не обладают сложной и многокомпонентной структурой (в этом суть и роль механизма стереотипизации в формировании устойчивых социальных представлений). На наш взгляд, более продуктивным направлением дальнейшей исследовательской работы было бы сравнение доминирующего в российском общественном мнении образа Сербии с аналогичным образом России в сербском массовом сознании.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] *Колосов В.* «Низкая» и «высокая» геополитика. — URL: <<http://bd.fom.ru/report/map/oz02061904>>
- [2] *Ли У.* Ценностные ориентации китайской молодежи: сравнительная характеристика приоритетов столичного и регионального студенчества // Вестник РУДН. Серия «Социология». — 2009. — № 4.
- [3] *Липман У.* Общественное мнение / Пер. с англ. Т.В. Барчуновой. — М., 2004.
- [4] *Лукин А.В.* Медведь наблюдает за драконом. Образ Китая в России в XVII—XXI веках. — М., 2007.
- [5] *Маслов О.Ю., Прудник А.В.* Казахстан начала XXI века как Польша перед 1939 годом. — URL: <<http://www.polit.nnov.ru/2007/01/30/kazakhstan>>.
- [6] *Мясников В.С.* Об образе Китая в России. — URL: <<http://magazeta.com/columns//glevfedorov/2007/06/10/myasnikov>>
- [7] *Нарбут Н.П., Троцук И.В.* Образы стран-соседей в восприятии студенческой молодежи (по результатам социологических исследований) // Вестник РУДН. Серия «Социология». — 2011. — № 4.
- [8] *Нарбут Н.П., Троцук И.В.* Ценностные ориентации студенческой молодежи в трансформирующемся обществе // Вестник РУДН. Серия «Социология». — 2008. — № 4.
- [9] *Нарбут Н.П., Троцук И.В.* Ценностные ориентации студенческой молодежи России и КНР: региональный срез (на примере Гуанчжоу и Майкопа, Республика Адыгея) // Вестник РУДН. Серия «Социология». — 2009. — № 4.
- [10] *Ноэль-Нойман Э.* Общественное мнение. Открытие спирали молчания. — М., 1996.
- [11] Отношение к Казахстану. — URL: <http://bd.fom.ru/report/cat/count_/kazakhstan/d071827>
- [12] *Троцук И.В.* Образ Сербии в российском обществе: результаты опроса московского студенчества // Вестник РУДН. Серия «Социология». — 2012. — № 3.
- [13] *Чжэн В.* Ценностные ориентации российских и китайских студентов: сравнительная характеристика // Вестник РУДН. Серия «Социология». — 2008. — № 4.
- [14] URL: <<http://bd.fom.ru/report/map/dd012232>>
- [15] URL: <<http://demoscope.ru/weekly/2008/0347/analit01.php>>

SOCIOLOGICAL EVALUATION OF NEIGHBOUR COUNTRIES' IMAGES AS PERCEIVED BY RUSSIAN STUDENTS: METHODOLOGICAL AND CONTENT COMPONENTS

N.P. Narbut, I.V. Trotsuk

Sociology Chair

Peoples' Friendship University of Russia

Miklukho-Maklaya str., 10/2, Moscow, Russia, 117198

The article identifies the methodological peculiarities and the results of the Sociology laboratory (PFUR) "measurement" of stable stereotypes in the mass youth consciousness regarding those neighbor countries which are the closest to our country in the geopolitical context. Understanding and recognizing the arbitrariness and schematic nature of the applied instruments and the resulting content constructions, the authors, nevertheless, believe that the suggested "measurement" model may become a perfect basis in developing and implementing projects on a larger scale in terms of the questionnaire volume and sample stratification structure, the projects being aimed at the study of social representations and image-country comparisons, including other socio-cultural contexts.

Key words: a collective image of a neighbor country, stereotype representations, questionnaire instruments, the image of a typical representative of another country, China, Kazakhstan, Serbia.