

---

## ОБРАЗ СЕРБИИ В РОССИЙСКОМ ОБЩЕСТВЕ: РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА МОСКОВСКОГО СТУДЕНЧЕСТВА\*

И.В. Троцук

Кафедра социологии  
Российский университет дружбы народов  
ул. Миклухо-Маклая, 6, Москва, Россия, 117198

В статье представлены результаты разведывательного социологического исследования, призванного охарактеризовать основные социальные стереотипы, сложившиеся у молодых россиян в отношении сербов и Сербии — страны, с которой Россию связывают исторически длительные и дружественные отношения. В последние десятилетия Сербия постоянно упоминается на страницах российских средств массовой информации, в основном в рамках нескольких ключевых дискурсов (православной веры как общего фундамента культуры наших стран, нерешенных этнических и территориальных конфликтов, противоборства про- и антизападнических воззрений в политической сфере), которые позволяют говорить о недостаточной степени актуальности, но все же сформированности социальных представлений российских студентов о Сербии.

**Ключевые слова:** социальные стереотипы, опросный инструментарий, собирательный образ страны-соседа, образ типичного представителя другой страны.

В последние годы в рамках разных дисциплинарных полей социально-гуманитарного знания все чаще поднимаются вопросы содержания, моделей трансформации и факторов формирования устойчивых социальных стереотипов массового сознания в отношении представителей иных обществ (культур), а также возможностей адекватной операционализации и эмпирического «измерения» собирательного образа стран-соседей, в том числе и российского общества. Если отвлечься от сугубо (внешне)политического контекста изучения данной проблематики (1), то и в научном контексте аналитическая оптика изучения собирательных образов других стран меняется мало — и в том, и в другом случае речь идет о двойственном процессе: с одной стороны, политическая риторика и информационный «шум» средств массовой коммуникации формируют определенный стереотипный образ некоторой страны и ее типичного жителя, с другой — сформировавшись, этот образ обретает феноменальную устойчивость, как любой социальный стереотип, упрощающий нашу социальную жизнь за счет экономии усилий по идентификации незнакомых объектов (которые мы часто и не желаем знать), и начинает определять наше социальное восприятие.

Со времени введения У. Липманом понятия «социальный стереотип» и подведения под него теоретической базы в объективном мире и концептуальных попытках его осмысления мало что изменилось — наоборот, мир еще больше усложнился, стал еще более многоуровневым и многоаспектным феноменом (благодаря процессам информатизации, глобализации, массовизации культуры и пр.), которым человеку уже не просто сложно, а невозможно овладеть в полной мере. В результате, как и пятьдесят, и сто, и больше лет назад, мы способны и вынуждены лишь

---

\* Исследование выполнено при поддержке РГНФ. Грант № 11-03-00279.

выхватывать из действительности некоторые фрагменты: «Мир, с которым мы вынуждены иметь дело как политические субъекты, находится за пределами досягаемости, видимости и за пределами сознания. Его нужно исследовать, описывать, воображать. 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]. Например, в полном соответствии с политической конъюнктурой нынешнего момента средства массовой информации активно и постоянно воспроизводят упрощенные и во многом идеологизированные оценки других стран, формируя в массовом сознании весьма противоречивую картину окружающего мира, где есть «друзья» и «недрузи», или некоторой локальной общности (например, в постсоветский период экономическое сообщество презентировалось в российских средствах массовой информации как принципиально и однозначно расколотое на два непримиримых лагеря — «западников» и «антизападников») [1. С. 68—83].

В результате, когда человек получает опыт личного включенного наблюдения, отправившись в другую страну даже не с туристическо-познавательными целями, а в кратковременную деловую поездку, его социальные стереотипы рушатся, наполняясь живым многоцветным содержанием, выплескивающимся за пределы прежней схемы. Пока же человек не имеет личного жизненного опыта или не предпринимает титанических усилий по сбору разноплановой информации об интересующей его стране из разных источников (чем мало кто занимается), он продолжает жить (хотя, нужно признать, жить очень спокойно) в плену существующих стереотипов о других странах и их типичных жителях. При этом даже личный опыт не всегда способен разрушить устойчивые стереотипы, поскольку «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» [9. С. 218—219].

Таким образом, стереотипы всегда проще реальности; стереотипы формируются не на основе личного опыта, а посредством средств массовой коммуникации и потому ложны по определению — различается лишь их степень соответствия действительности, но при этом следует помнить, что даже самый крайний вариант искажения все равно базируется и отталкивается от неких реальных характеристик; стереотипы очень живучи, потому что, давая сжатое обобщенное представление о целой категории однородных явлений или объектов, они предельно упрощают принятие решений в сложных и повседневных жизненных ситуациях [4]. Попробуем оценить, каковы стереотипные представления современной российской студенческой молодежи о Сербии.

На протяжении последних пяти лет Российский университет дружбы народов совместно с Пекинским Центром исследований детства и юношества, Карловым университетом в Праге, Белградским государственным университетом и Сербской академией образования реализуют совместный исследовательский проект по изу-

чению содержательных доминант мировоззрения студенческой молодежи. Результаты сопоставительного анализа структуры и особенностей ценностных ориентаций студенчества стран, в той или иной степени опиравшихся и в различной степени отошедших от социалистического варианта общественного устройства, уже неоднократно публиковались на страницах российских и зарубежных научных изданий [2; 6—8; 10; 11]. Во всех перечисленных странах по репрезентативным выборкам студенческой молодежи было проведено анкетирование с использованием единого инструментария, тематические блоки которого могли незначительно дополняться, если подобные модификации казались существенными для наиболее полного отражения мировоззрения молодежи.

В 2010 г. мы дополнили уже не раз использованный в рамках исследования опросный лист новым тематическим блоком, призванным показать, какой образ стран-соседей складывается в сознании студенческой молодежи. Учитывая, что сотрудничество с нашими китайскими коллегами имеет более стабильную многолетнюю основу, а образ Китая должен быть вполне сложившимся в сознании российской молодежи (хотя бы по причине «укорененности» страны в российском официальном государственном дискурсе и медийной риторике самой разной оценочной окраски, не говоря уже о том, что образы Китая и китайцев в России — вполне устойчивая проблематика научно-исследовательских и публицистических изысканий, а китайское направление — одно из наиболее приоритетных в российской внешней политике и поэтому получает широкое медийное освещение), мы решили первоначально апробировать небольшой тематический блок вопросов в анкетировании московских и пекинских студентов (2).

Опросный инструментарий включал в себя следующие вопросы (и блоки вопросов).

1. Тематический блок об источниках получения информации о Китае (семь закрытых вопросов в табличной форме).

2. Просьба написать имена трех известных респонденту китайских общественных деятелей (открытый вопрос).

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

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

5. Закрытый вопрос, оценивающий интерес респондента совершить поездку в Китай.

6. Закрытый вопрос, характеризующий восприятие респондентом влияния на Россию отношений с Китаем.

7. Табулированный набор суждений о китайском общественном развитии, по каждому из которых респондент должен был выразить степень своего согласия.

8. Закрытый вопрос, оценивающий заинтересованность в изучении китайского языка.

Опросный инструментарий, используемый для оценки образа Сербии российскими студентами, был несколько модифицирован и в результате включал в себя следующие вопросы (и блоки вопросов).

1. Тематический блок об источниках получения информации о Сербии — пять закрытых вопросов в табличной форме: с учетом меньшего информационного «шума» в отношении Сербии по сравнению с Китаем две градации были объединены в одну (получение информации о Сербии из печатных средств массовой информации), а вопрос о поездке в страну вынесен в качестве отдельного (в отличие от Китая, Сербия не представляет собой важного туристического направления, поэтому посещаемость ее по определению меньше и могла «затеряться» в вариантах информирования о стране). Также из данного тематического блока исключен вопрос о получении информации о Сербии из кинофильмов, поскольку, в отличие от широко известного в мире китайского кинематографа, сербский вряд ли вызовет хоть какие-то ассоциации в массовом сознании россиян, независимо от социально-демографических и иных характеристик.

2. Вопрос-меню с просьбой выбрать любое количество ответов, соответствующих ассоциациям респондентов, которые вызывает слово «Сербия» (респонденты могли написать свой вариант ответа).

3. Просьба написать имена трех известных респонденту сербских общественных деятелей (открытый вопрос).

4. Вопрос-меню, в котором респонденту из 21 закрытия предлагалось выбрать не более пяти характеристик, наиболее, на его взгляд, соответствующих менталитету и поведению сербов (была добавлена возможность написать собственный вариант ответа).

5. Вопрос-меню, в котором респондент должен был выбрать из предложенного списка три страны, к которым он относится наиболее положительно, или написать собственный вариант (не упомянутую в списке страну в варианте «другое»). Данный вопрос был модифицирован за счет добавления в список Сербии.

6. Закрытый вопрос, предлагающий респонденту оценить степень дружелюбности взаимоотношений России и Сербии на сегодняшний момент.

7. Закрытый вопрос, характеризующий восприятие респондентом влияния на Россию отношений с Сербией.

8. Закрытый вопрос — самооценка респондентом собственного уровня информированности о Сербии (от «специалиста» до вообще не понимающего, что это за страна и где она находится).

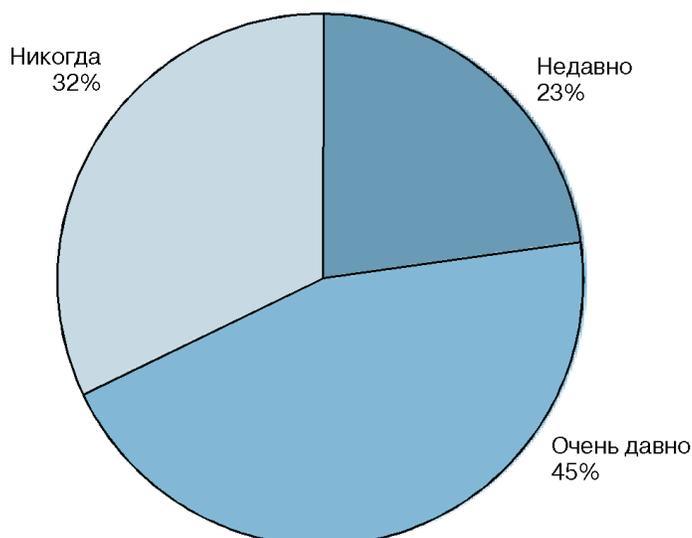
9. Закрытый вопрос, оценивающий заинтересованность в изучении сербского языка.

10. Закрытый вопрос, оценивающий интерес респондента совершить поездку в Сербию.

Если говорить о некотором обобщенном образе Сербии, который стал очевиден по итогам проведенного Социологической лабораторией РУДН анкетирования репрезентативной выборочной совокупности студентов московских вузов, то складывается он прежде всего благодаря средствам массовой информации. В получении сведений о другой стране к ним обращаются 80% респондентов (рис. 1)

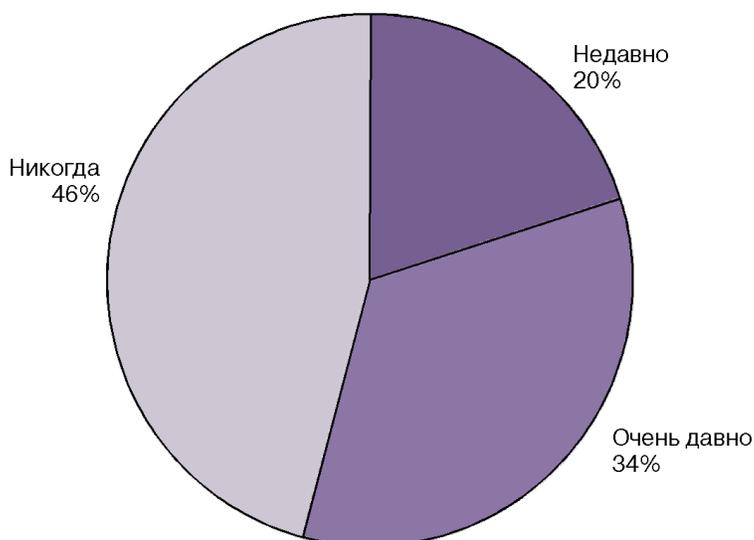
и особенно Интернету (54%) (рис. 2). Лишь 11% московских студентов посетили Сербию хотя бы раз в жизни (это очень большой для масштабов страны показатель, учитывая, что аналогичный процент когда-либо побывавших в Китае составляет 15%: это может объясняться тем, что в последние годы в России становятся модными автомобильные путешествия, т.е. многие туристы и путешественники проезжают по территории Сербии), порядка 40% хотели бы это сделать (рис. 3).

**Я читал (смотрел) сообщения о Сербии по ТВ, радио, в прессе**



**Рис. 1**

**Я узнаю о Сербии из Интернета**



**Рис. 2**

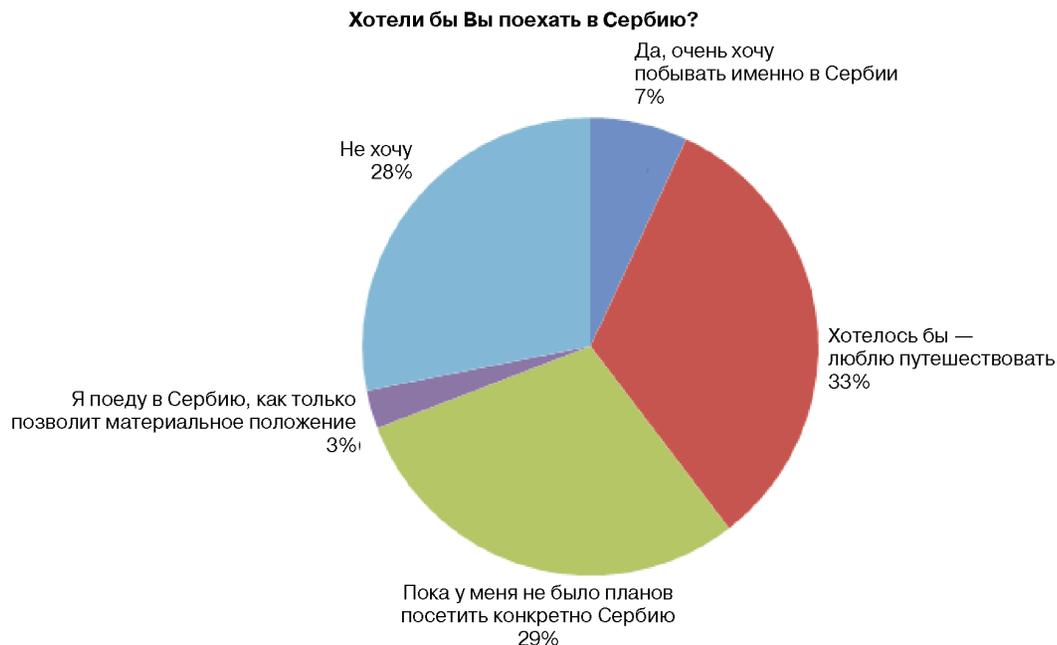


Рис. 3

Свой уровень информированности о Сербии студенты оценивают как крайне низкий, что, видимо, вполне объективно отражает реальное положение дел (рис. 4): каждый третий не представляет себе, что это вообще за страна и где именно она находится (32%), практически каждый второй имеет о ней самое общее представление (58%), т.е. в рассматриваемых ниже ответах будут отражены именно социальные стереотипы российских студентов.

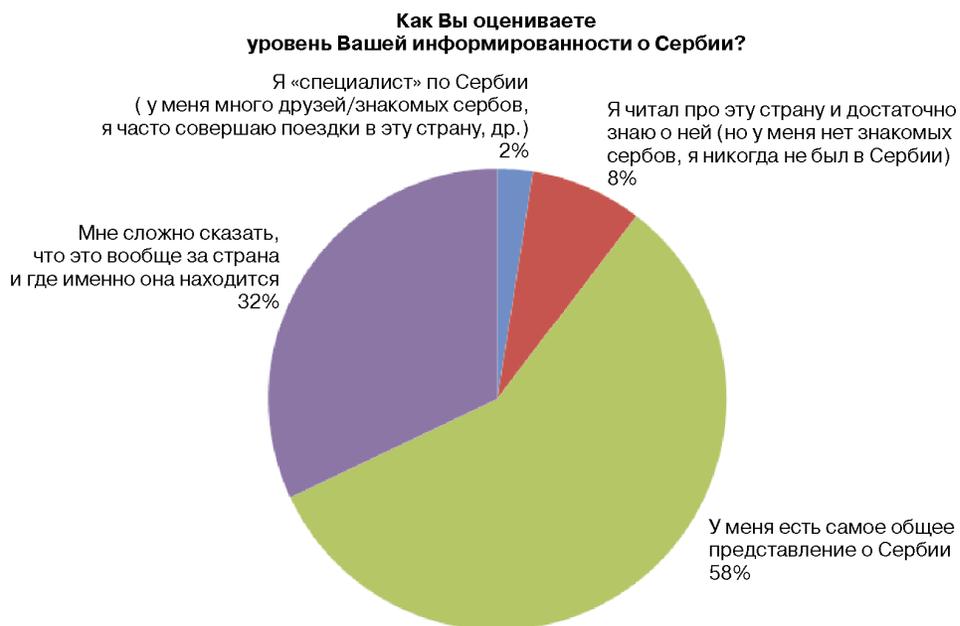


Рис. 4

Низкий уровень информированности о стране обуславливает то, что основная ассоциация с названием «Сербия» у российских студентов — географическая (страна на Балканском полуострове), которую назвал примерно каждый второй московский студент (табл. 1). Вторую по частоте встречаемости группу ассоциаций (каждую из них выбрала примерно треть опрошенных) формируют высказывания геополитического толка, вполне 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 по славянскому происхождению и православной вере народ). Последнюю по значимости группу ассоциаций, каждую из которых выбрали от 15% до 19% опрошенных (т.е. 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.

Таблица 1

Какие ассоциации у вас возникают, когда вы слышите о Сербии	% от кол-ва ответов
Страна на Балканском полуострове	47
Страна со сложными этнополитическими отношениями с бывшими странами Югославии	33,7
Близкий России славянским происхождением и православной верой народ	33,1
Страна, постоянно вовлеченная в политические конфликты	31,1
Страна с прекрасной природой	21,8
Наиболее дружелюбная по отношению к России страна Европы	18,7
Хорошее туристическое место	17,7
Страна со славными культурными традициями	15,2
Страна с высоко патриотичным народом	15
Страна с самобытной кухней	12,5
Другое	7

В качестве известных сербских общественных деятелей московские студенты назвали Слободана Милошевича — видного политического деятеля, отстаивавшего политические интересы и независимость сербов, который был осужден Гаагским трибуналом за преступления против косовских албанцев и скончался, не дождавшись приговора суда (8%); Бориса Тадича — президента Сербии с 2004 по 2012 гг., проигравшего с незначительным (3%) отставанием только что прошедшие президентские выборы (5%); Эмира Кустурицу — известного музыканта и кинорежиссера, прославившегося своими гротескными музыкальными комедиями и драмами о сербской жизни (4%) и Воислава Коштуницу — президента Югославии в 2000—2003 гг., премьер-министра Сербии в 2004—2008 гг., основателя и лидера Демократической партии Сербии (3%) (табл. 2). Здесь в «конкретно-человеческом» измерении в наибольшей степени проявились различия в степени осведомленности московских студентов о Сербии и Китае: в последнем случае лидеры наиболее известных общественных деятелей в открытом вопросе набирали на порядок больше упоминаний — Мао Цзэдун (71%), Конфуций (33%), Ху Дзинтао и Джеки Чан (по 15%) [5].

Таблица 2

<b>Десятка наиболее известных российской молодежи сербов</b>	<b>% от кол-ва ответов</b>
Слободан Милошевич	7,8
Борис Тадич	5,3
Эмир Кустурица	3,5
Воислав Коштуница	2,6
Ратко Младич	1,8
Милорад Павич	1,7
Соня Петрович	1,6
Зоран Джинджич	1,1
Вука Карадич	1,1
Милош Красич	0,8

Кроме того, в десятку наиболее известных российской молодежи сербов (набравших от 1% до 2% упоминаний, но часто респонденты вписывали только фамилии и не всегда делали это правильно) попали: Ратко Младич — генерал, начальник штаба войск Республики Сербии, который был обвинен Гаагским трибуналом в геноциде во время действий в мусульманском анклав Сребренице в 1995 г.; Зоран Джинджич — сербский политик, выступавший за независимость Сербии от США и НАТО (был убит снайпером, убийца и заказчик до сих пор не найдены); Вука Карадич — реформатор сербского языка, благодаря которому сербы пользуются модифицированной кириллицей с фонетическим принципом написания; Милорад Павич — либо югославский футболист и тренер, либо его тезка и однофамилец сербский поэт и писатель; Соня Петрович — нападающая женской баскетбольной команды «Спарта Энд К»; Милош Красич — футбольный игрок, полузащитник туринского клуба «Ювентус». Иными словами, московским студентам известны только очень медийные сербские имена, которые появляются в российских средствах массовой информации в связи с политическими, культурными или спортивными событиями. Но поскольку Сербия — страна по определению в меньшей степени по объективным причинам (масштабам) способная создавать информационные поводы для массового молодежного интереса, набор персоналий и частота их упоминаний существенно уступают аналогичным показателям анкетирования о Китае.

Образ типичного серба в представлении российских студентов таков: прежде всего патриот, склонный к коллективизму и одновременно 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 конфликтах (табл. 3).

Таблица 3

<b>По-вашему, какие из нижеперечисленных характеристик соответствуют менталитету и поведению сербов?</b>	<b>% от кол-ва ответов</b>
Патриотизм	55,9
Семейственность	32,9
Свободолюбие	31,3
Коллективизм	27,7
Трудолюбие	27
Воинственность	21,8
Честность	20,7
Миролюбие	20,5
Воспитанность	18,9
Дисциплина	18,7
Верность	17,8
Реализм	16
Оптимизм	12,8
Великодушие	12,6
Индивидуализм	10,4
Дикость	9,9
Коварство	9,7
Романтизм	8,6
Лень	8,1
Обучаемость	7,4
Почитание науки	5,2

Наиболее положительно московские студенты, пусть и не вполне консолидированно, относятся к Англии и Испании; Швейцарии, Германии, Австралии, Франции, Украине и Чехии; Сербию в этом качестве отметил лишь каждый пятнадцатый опрошенный, что еще раз подтверждает несформированность общего образа страны в сознании молодых россиян (следует отметить, что в аналогичной анкете, когда Сербия вообще не была представлена в списке закрытий, ее не упомянул никто из опрошенных в варианте «другое», т.е. даже 6,5% — результат, обусловленный общей тематикой опроса) (табл. 4).

Таблица 4

<b>Укажите, к каким трем странам Вы относитесь наиболее положительно</b>	<b>% от кол-ва ответов</b>
Англия	30,1
Испания	24,2
Швейцария	20,5
Германия	17,5
Австралия	15,4
Франция	14
Украина	13,8
Чехия	12,8
Куба	10,8
Белоруссия	10,4
Сербия	6,5
Китай	5,9
Япония	5,1
Египет	4,7
Южная Корея	3
Северная Корея	1,8
США	0,2

Тем не менее, видимо, с учетом всех перечисленных выше позитивно окрашенных ассоциаций и социальных стереотипов, связанных с обобщенным образом Сербии, московские студенты оценивают отношения наших стран на сегодняшний момент как скорее дружественные (42%), хотя практически каждый второй и затруднился с ответом на данный вопрос (46%) (рис. 5), и имеющие для России больше плюсов, чем минусов (74%) (рис. 6).



Рис. 5



Рис. 6

Конечно, полученные данные весьма схематичны, но использование иной опросной схемы для оценки обобщенного образа стран-соседей в масштабных сравнительных исследованиях представляется весьма затруднительным и в принципе не имеющим смысла, когда речь идет о столь не ключевой на геополитической арене стране, нечасто привлекающей внимание российского истеблишмента и средств массовой информации, как Сербия.

### ПРИМЕЧАНИЯ

- (1) В этом случае речь обычно идет о прикладном аспекте процесса социальной стереотипизации — сознательном конструировании политическими элитами образов «друзей», «врагов» и «нейтральных» соседей собственной страны на геополитической арене — сознательном, потому что подобные усилия предпринимаются для оправдания или получения социальной поддержки собственным внутри- или внешнеполитическим шагам и инициативам.
- (2) Очевидно, образ Сербии будет менее четко сформирован в сознании российской молодежи по целому ряду причин: небольшая территория страны (соответственно, меньшая геополитическая роль, что отражается в частоте и тональности медийной и политической риторики); редкая и точечная актуализация связанных с ними политических и экономических событий в российских средствах массовой информации (причем обычно в контексте обсуждения действий других стран в отношении Сербии); отсутствие ярко выраженного интереса научного и публицистического сообщества в проведении страновых параллелей в рамках анализа новейшей истории наших стран и т.д.

### ЛИТЕРАТУРА

- [1] Ланкин В.В., Пантин В.И. Образы Запада в сознании постсоветского человека // *Мировая экономика и международные отношения*. — 2001. — № 7.
- [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. Эволюция образа Китая в России и российско-китайские отношения // *Неприкосновенный запас*. — 2003. — № 3(29).
- [5] Нарбут Н.П., Троцук И.В. Образы стран-соседей в восприятии студенческой молодежи (по результатам социологических исследований) // *Вестник РУДН. Серия «Социология»*. — 2011. — № 4.
- [6] Нарбут Н.П., Троцук И.В. Ценностные ориентации студенческой молодежи в трансформирующемся обществе // *Вестник РУДН. Серия «Социология»*. — 2008. — № 4.
- [7] 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.
- [8] Нарбут Н.П., Троцук И.В. Ценностные ориентации студенчества России и КНР: региональные различия // *China Youth Today*. — 2010. — № 5 (На кит. яз.).
- [9] Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания. — М., 1996.
- [10] Троцук И.В. Студенческая молодежь постсоциалистических стран: сравнительный анализ ценностных ориентаций // *China Youth Today*. — 2008. — № 12 (На кит. яз.).
- [11] Чжэн В. Ценностные ориентации российских и китайских студентов: сравнительная характеристика // *Вестник РУДН. Серия «Социология»*. — 2008. — № 4.

## **THE IMAGE OF SERBIA IN RUSSIAN SOCIETY: RESULTS OF A SURVEY OF MOSCOW STUDENTS**

**I.V. Trotsuk**

Sociology Chair

Peoples' Friendship University of Russia

*Miklukho-Maklay str., 10/2, Moscow, Russia, 117198*

The article presents the results of an evaluating sociological study aimed to identify the main social stereotypes that young Russian people have concerning the Serbs and Serbia — a country that historically has long-standing friendly relations with Russia. In the past decades, Serbia has been often mentioned in the Russian press, mostly in the context of several key discourses (the Orthodox religion as a common foundation of the culture of our two countries, the unsolved ethnic and territorial conflicts, the confrontation of pro- and anti-Western views in the political sphere), which allow us to assume that Russian students have mature social ideas of Serbia, though not of high importance.

**Key words:** social stereotypes, the survey instruments, a collective image of a neighbor state, the image of a typical representative of another country.