

---

## Сравнительный анализ образов трех стран на западной границе России в сознании российской молодежи (на примере групповых образов учащихся Лицея № 1553 им. Вернадского)<sup>1</sup>

С.Л. БАРИНОВ\*, М.А. КОЗЫРЕВА\*\*

\***Баринов Сергей Леонидович** – кандидат географических наук, научный сотрудник, Институт образования, НИУ ВШЭ. Адрес: 101000, Москва, ул. Мясницкая, д. 20. E-mail: sbarinov@hse.ru

\*\***Козырева Мария Андреевна** – стажер-исследователь, кафедра географии, Лицей №1553 им. Вернадского. Адрес: 115114, Москва, ул. Дербеневская, д. 13, к. 1. E-mail: latovia@yandex.ru

**Цитирование:** Barinov S., Kozyreva M. (2016) Group Perceptions of Russia's Western Neighbouring Countries among Russian Youth—a Case Study of Students of a Moscow Secondary School. *Mir Rossii*, vol. 25, no 2, pp. 168–186 (in Russian)

*В настоящей статье приводится сравнительный анализ качественных характеристик групповых образов трех стран (Украины, Беларуси, Польши) и выявляются факторы их формирования. От работ других исследователей представленный материал отличается переходом от типичного для географов изучения простой совокупности индивидуальных представлений к изучению группового образа, сложившегося в рамках определенной общности респондентов. Доказывается, что групповой образ формируется в сообществе за счет постоянного общения и обмена индивидуальными образами между членами группы. Данное исследование рассматривается авторами как пилотное case study.*

**Ключевые слова:** образ страны, имагинальная география, Украина, Беларусь, Польша, приграничное сотрудничество

---

<sup>1</sup> Авторы выражают благодарность В.В. Пазынину, А.А. Беликову, Т.Л. Бородиной за экспертные оценки, а также Н.Ю. Замятиной и О.И. Вендиной за ценные замечания в методологической части исследования.

## Основные понятия, цели и задачи исследования

Исследование, результаты которого описаны в данной статье, проводилось в русле географии образов; в российской географической науке это сравнительно молодое направление. В своей работе авторы базировались на концепциях российской школы имагинальной географии, сформулированных в своих трудах Д.Н. Замятиным, Н.Ю. Замятиной, И.И. Митиным.

Объектом данного исследования является образ страны, его предметом – качественные характеристики и факторы, влияющие на формирование образа. Государства, которым посвящено наше исследование, не являются *terra incognita* для российского научного сообщества и, в частности, для отечественной социальной и гуманитарной географии. Большую работу по изучению российско-украинской идентичности проделали М.П. Крылов и А.А. Гриценко [Гриценко 2010]. Вопросы восприятия населением Украины, Беларуси и России своих непосредственных соседей затрагиваются и в работах С.С. Артоболевского [Артоболевский 2006], В.А. Колосова и О.И. Вендиной [Колосов, Вендина 2011], Л.И. Попковой [Попкова 2001], А.Г. Манакова [Манаков 1995], а также в более ранних работах одного из авторов данной статьи [Баринов, Гриценко, Самсонова 2009]. За рамками географической науки данная тематика разрабатывается социологами, культурологами, этнографами, историками. Особенно следует отметить многолетний цикл социологических исследований, выполненных агентством «Евразийский монитор» под руководством И.В. Задорина. В ситуации такой высокой проработанности объекта изучения актуальность вопроса об исследовательских задачах и исходных гипотезах повышается.

Целью данной работы стал сравнительный анализ качественных характеристик групповых образов трех стран – Украины, Беларуси и Польши – и выявление факторов их формирования. Термин «групповой образ» как осевой для данной работы требует отдельного постулирования во избежание двойных трактовок. Авторы разделяют общепризнанную трактовку А.Н. Леонтьева, который под этим термином понимает совокупность индивидуальных образов, возникших в группе людей [Леонтьев 1994].

Принципиальным продвижением по сравнению с работами предшественников является переход от типичного для географов изучения простой совокупности индивидуальных образов, получаемой по результатам полевых опросов по стихийным квотированным выборкам, к изучению *группового образа*, сформированного в рамках конкретной общности людей, объединенных в данном случае общей ведущей деятельностью (учебной) в рамках конкретного образовательного учреждения – Лицея № 1553 им. Вернадского г. Москвы. Выбор возрастной когорты старшеклассников (исследовались учащиеся 8–9 классов) не случаен и объясняется спецификой ее отношений с окружающим миром. Именно в этом возрасте закладываются основы гражданской позиции, политических установок, формируется критически осознаваемое отношение к ценностям, культурам, институтам, идеологиям. Как следствие, образы, формирующиеся в этом возрасте, с одной стороны, еще весьма податливы и в максимальной степени зависят от внешних факторов, являющихся предметом нашего исследования; с другой стороны, эти образы формируют базу, с которой человек вступает в активную деятельную фазу жизни.

Авторы отдают себе отчет в ограниченной применимости результатов анализа группы лицеистов для формирования выводов о групповых образах, возникших

у других групп подростков и молодежи либо у всего поколения в целом. Данное исследование рассматривается нами как пилотное *case study*, и целевая группа, выбранная для него, представляется удачной для такого пилота ввиду сравнительно высокой включенности лицеистов в информационное пространство, активной жизненной позицией, целенаправленно формируемой у учащихся педагогическим активом, большим количеством путешествий (в том числе зарубежных) и исследовательских экспедиций, в которых лицеисты принимали участие.

Для исследования были выбраны страны, близкие друг другу и России с этнической, культурной, географической и исторической точек зрения, а именно: (1) три страны (Украина, Беларусь и Польша) являются западными соседями РФ, имеют с ней протяженную сухопутную границу; (2) языки их титульных народов относятся к славянской языковой группе; (3) территории всех трех стран в прошлом в течение длительных периодов находились под общим управлением с соседними территориями современной России (подробнее см.: [Баринов 2009; Бородина, Волкова, Гриценко, Баринов 2008]); (4) преобладающая часть верующего населения всех трех стран исповедуют христианство, Беларуси и Украины – православие. Дополнительными факторами выбора конкретно этих стран стали: (1) знакомство авторов с ними, в том числе с исследовательскими целями; (2) хорошая осведомленность учеников Лицея с данными странами: в течение двух лет в эти государства осуществлялись длительные поездки, и значительная часть опрошенных лицеистов принимала в них участие, что позволило сопоставить образы стран, воспринятые опосредованно и сформированные при непосредственном контакте.

Фиксация образов трех стран проводилась методом социологического опроса по формализованной анкете<sup>2</sup>. Основной массив эмпирических данных был разделен на два блока: вербальный (текстовые ассоциации) и визуальный (рисунки респондентов). Авторы оставляли для респондентов возможность заполнить только один из блоков опроса, тем не менее в этом случае анкета также подвергалась анализу. Допустимость такого хода обоснована фокусировкой исследования на групповом образе при отсутствии сравнения друг с другом индивидуальных образов, отображенных в каждой конкретной анкете. Объем анкеты и особенности возрастной психологии целевой аудитории в совокупности затрудняли получение информации от каждого респондента по всем трем странам. Поскольку фокусом исследования являлись групповые образы, авторы посчитали допустимым отказаться от возможности сравнения образов трех стран, зафиксированных у одного респондента, и каждый из респондентов опрашивался только по одной стране. Итоговые объемы выборок следующие: Украина – 36 респондентов, Беларусь – 29 респондентов, Польша – 34 респондента. Разный объем выборок в данном случае представляется допустимым, поскольку сравнительный анализ проведен по долевым и интегральным показателям, при этом абсолютные показатели не сравнивались.

В вербальной части обработка эмпирических данных проводилась методом семантического анализа, в графической части – методом контент-анализа рисунков и графической генерализации путем составления интегральных графических образов из наиболее часто встречающихся деталей рисунков респондентов. Итоговая интерпретация результатов выполнялась с учетом экспертных оценок специалистов кафедры истории Лицея № 1553, исторического факультета

<sup>2</sup> Опрос проводился в ноябре – декабре 2012 г., таким образом, политические события на Украине никак на него не повлияли.

МГУ им. Ломоносова, Института региональных исследований и городского планирования НИУ ВШЭ, Лаборатории геополитических исследований и Отдела экономической и социальной географии Института географии РАН.

## **Характеристики образов стран по результатам анализа текстовых ассоциаций**

В рамках вербальной части анкеты респондентам было предложено написать до пяти ассоциаций со словами «Украина», «Беларусь», «Польша» и до пяти ассоциаций со словами «украинец», «белорус», «поляк». По верхней планке их число ограничивалось с целью избежать искажения группового образа за счет веса отдельных наиболее активных и информированных респондентов. При этом ограничение по нижней планке сознательно не ставилось: во-первых, авторы хотели воздержаться от «вымученных» ассоциаций; во-вторых, отсутствие такой локализации позволяло сравнить среднее число замечаний по каждой из стран, что и представляло конкретный исследовательский интерес.

С целью понимания эмоционального отношения целевой группы к странам изучения полученные по результатам опроса ассоциации были разделены на три блока в зависимости от их эмоциональной окраски: положительные, нейтральные и негативные. Результаты деления приведены на *рисунках 1 и 2*.

Одна из исходных гипотез исследования состояла в том, что большинство негативных ассоциаций будут связаны с Польшей и поляками как в силу унаследованного стереотипа «враждебной» Польши, так и по причине событий, активно освещавшихся в 2012 г. в российских СМИ: скандалов вокруг крушения самолета под Смоленском и Евро-2012. На первый взгляд, гипотеза отчасти подтвердилась: негативные ассоциации со словом «Польша» действительно преобладают над позитивными. На этом, однако, подтверждающая эмпирика заканчивалась и начиналась опровергающая: количество и позитивных, и негативных ассоциаций очень маленькое, и на 90% групповой образ Польши в сознании респондентов нейтрален. Соотношение позитивных и негативных ассоциаций примерно такое же, как в образе Беларуси, и отличается от образа Украины в пользу позитивных. Ассоциирование с этносом («поляк») идет уже с преобладанием позитивных ассоциаций, в отличие от образа Украины. И по совокупности выявленных закономерностей можно сделать вывод, скорее, об опровержении исходной гипотезы, чем о ее подтверждении. Двумя основными факторами неожиданно позитивного образа Польши и поляков являются близкое знакомство (как личное при поездках в Польшу и посещениях поляками Лицея, так и опосредованное на занятиях в Лицее), а также слабая включенность респондентов в ту часть медийного поля, в котором фигурирует Польша: дополнительные вопросы анкеты позволили выявить, что информацию о положении дел в Польше из СМИ черпали лишь 10% всех опрошиваемых.

Другой исходной гипотезой исследования было мнение, что больше всего контрастных (позитивных либо негативных) ассоциаций должно быть связано с Украиной и украинцами, т.к. эта страна чаще двух других упоминалась в СМИ и оказалась самой посещаемой: из 36 респондентов, заполнивших анкету по Украине, 31 ученик побывал в ней; почти половина респондентов получала информацию об Украине из телевизионных выпусков и печатных изданий. Гипотеза, однако, оказалась



полностью опровергнута: образы Украины и украинцев включали самый больший из трех стран процент нейтральных ассоциаций. При этом сравнительно высокая включенность респондентов в медийное поле, в котором фигурировала Украина, сыграла с ее образом злую шутку. Несмотря на личное знакомство подавляющего большинства респондентов со страной, групповые образы как Украины, так и украинца оказались самыми негативными: соотношение частоты выявления позитивных и негативных ассоциаций – 1:4 для образа Украины и 1:6 для образа украинца.

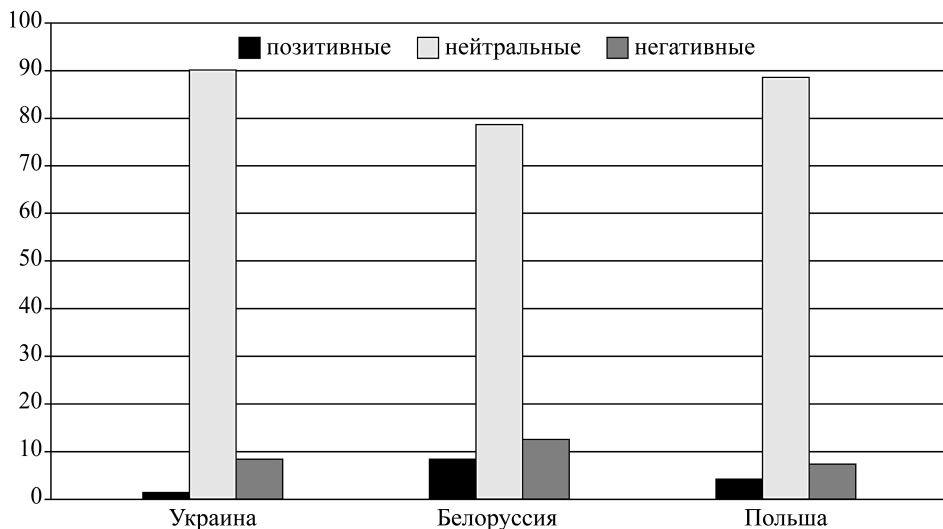


Рисунок 1. Эмоциональная окраска ассоциаций с названиями стран изучения

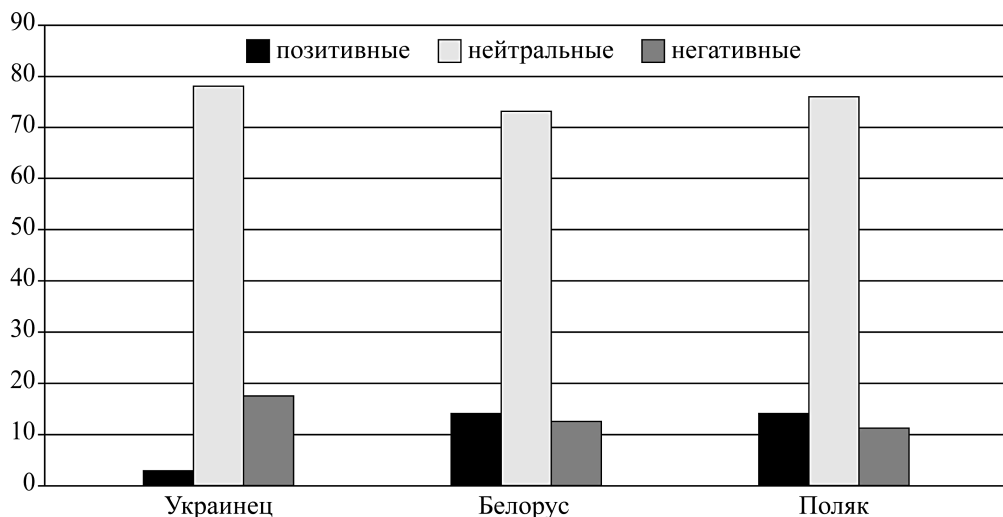


Рисунок 2. Эмоциональная окраска ассоциаций с титульными этносами

Третьей исходной гипотезой исследования было предположение о наиболее позитивных образах Беларуси и белоруса, однако оно не подтвердилось и не было опровергнуто: эмоциональная окраска образов в белорусском и польском кейсах оказалась примерно одинаковой.

### *Анализ ассоциаций со страной*

В приведенном ниже перечне представлены числа и суммы ассоциаций, касающиеся образов Украины, Беларуси и Польши.

	Число ассоциаций (наименований)	Сумма ассоциаций (число названий)
Украина	87 (в среднем 2,4 на одну анкету)	173 (в среднем 4,7 на одну анкету)
Беларусь	84 (в среднем 2,9 на одну анкету)	121 (в среднем 4,1 на одну анкету)
Польша	95 (в среднем 2,8 на одну анкету)	136 (в среднем 3,9 на одну анкету)

Таблица 1. Часто повторяющиеся ассоциации (встречаются у трех и более человек)

Украина	Беларусь	Польша
Сало (19)	Картошка (11)	Чемпионат Европы (6)
Крым (11)	Лукашенко (8)	Польский язык (5)
Киев (9)	Минск (4)	Поляки (5)
Море (7)	Поле (3)	Речь Посполитая (4)
Львов (5)	Тепло, добро (3)	Пазынин (4)
Газ (5)	Белая (3)	Варшава (4)
Тарас Бульба (5)		Свои люди (4)
Поход (в Крым) (4)		Краков (3)
Борщ (4)		
«Динамо-Киев» (3)		
Одесса (3)		
Горилка (3)		
Юлия Тимошенко (3)		
«Пузата хата» (3)		
Козаки (3)		

Исходя из данных *таблицы 1*, можно утверждать, что образ Украины сформирован лучше, так как присутствуют семь элементов, повторяющиеся пять и более раз, против двух элементов в Беларуси и трех в Польше. Набор ассоциаций для двух последних стран выявлен шире, чем для Украины (2,8–2,9 и 2,4), что делает их образ более расплывчатым. Во всех трех столбцах ассоциаций выделяющимися элементами являются географические объекты, однако в образном ряду Украины эта классическая линия осязаемых образов («Крым», «Одесса», «море» и прочее)

прослеживается четче, что объясняется большим количеством респондентов, посетивших эту страну (31 из 36), а также высоким показателем частоты посещаемости Украины в целом, т.к. ученики имели возможность лично побывать в данных географических областях.

Таким образом, подтверждается одна из исходных гипотез исследования о том, что групповой образ, сформированный при непосредственном контакте, представляется более четким, чем образ, воспринятый опосредованно. Также можно считать доказанной и другую гипотезу, дополняющую первую, о том, что наиболее точным и единым оказывается групповой образ, сформированный у сообщества респондентов, которые посещали страну одновременно (в данном случае в рамках одной экспедиции).

Таблица 2. Повторяющиеся ассоциации (встречаются у двух человек)

Украина	Беларусь	Польша
Беднота	Хоровод	Европа
Запорожец	Брестская крепость	Литва
Шевченко	Маленький аэропорт	Гостиница
София Киевская	Кривой русский	Война
Хортица	Люди	Пше
Поезд	Русские	Культура
Гоголь	Традиционный костюм	Город
Хутор	Ярослав	Поля
Таможня	Белый флаг	Соляная шахта
Чуб	Болото	Поездки
Днепр	Вкусное молоко	Широков
Горы		Украина
Желто-синий		Страна
Евро-2012		Архитектура

### Украина

В отличие от Польши, где большинство представлений довольно расплывчаты, все ассоциации по Украине имеют большую степень конкретности: не просто город, а именно Киев, не просто река, а именно Днепр. Также в образном поле Украины отражено значительное количество аспектов жизни человека: финансовое состояние («беднота»), достопримечательности («София Киевская лавра»), знаменитые личности («Гоголь», «Тимошенко», «Шевченко») и прочее, при этом в перечне ассоциаций других изучаемых стран это не прослеживается. Вследствие этого можно сделать вывод, что Украину целевая группа представляла лучше, чем те же аспекты в ситуации в Беларуси и Польше.

Кроме того, именно в ассоциативном поле Украины наибольшее число стереотипных представлений: «сало», «борщ», «газ», «горилка», которые присутствуют как в анкетах респондентов, посещавших Украину в качестве туриста и с целью

поездки к родственникам, так и не побывавших там. Высокий уровень стереотипизации обусловлен более частым из трех стран присутствием Украины в продукции российских медиа последних лет и лучшей осведомленностью респондентов с медиа-информацией об Украине: как уже было сказано, около половины респондентов указали на получение информации об Украине из СМИ.

### *Беларусь*

Самым ярким элементом группового образа Беларуси, как и ожидалось на старте исследования, стал образ ее президента А.Г. Лукашенко. Удивительно, но ниже предполагаемого по итогам опроса оказалась концентрация ассоциаций, ориентирующих на сближение, интеграцию с Беларусью. Поскольку для анализа были взяты три страны, входящие в одну языковую с Россией группу, и три нации, проживающие на территории данных стран, относятся к славянам, то ассоциации «соседи», «братья», «славяне», «тепло», «добро», «свои люди» были ожидаемы. При этом их долевое участие в групповых образах Беларуси и Польши оказалось примерно равным и в обоих случаях значительно уступило персонифицированным ассоциациям. Второй заметной составляющей образа Беларуси, помимо личности ее лидера, оказалась сельскохозяйственная: в ней просматривались следы непосредственного контакта со страной при посещении («поле»), знакомства с продукцией («вкусное молоко») и унаследованный стереотип от старших поколений («картошка»).

### *Польша*

Групповой образ Польши оказался наиболее компликативным. Одна его часть была сформирована при непосредственном контакте со страной. При этом следует обратить внимание, что целостность этой части значительно ниже, чем в случае с Украиной, поскольку в Польшу не организовывался массовый выезд, в котором бы участвовала значительная доля респондентов. Вторая часть – это воспринятая из вторичных источников реальность, четкость которой опять же меньше, чем в украинском кейсе, в силу незначительной представленности Польши в медийном поле. Третья часть образовалась в результате специальной работы по изучению Польши, польского языка и польской культуры, организованной в Лицее № 1553. Примечательно, что больше, чем в двух других кейсах, респонденты упоминали в ассоциациях определенных людей: друзей, знакомых, автора спецкурса по полонистике В.В. Пазынина и прочее. Важным следствием третьей части группового образа Польши явился его позитивный характер, противоречащий нашей первоначальной гипотезе. Исходя из устоявшихся стереотипов межнациональных отношений, авторы статьи ожидали, что образ Польши будет самым негативным из трех, однако этого не произошло. Более того, и по соотношению позитивных и негативных ассоциаций, и по повторяемости «сближающих» ассоциаций, как уже было сказано, образ Польши оказался на одном уровне с представлениями о Беларуси, опередив образ Украины.

*Анализ ассоциаций с этносом*

В приведенном ниже перечне представлены числа и суммы ассоциаций, касающиеся образов украинцев, белорусов и поляков.

	Число ассоциаций (наименований)	Сумма ассоциаций (число называний)
Украинец	71 (в среднем 2,2 на одну анкету)	113 (в среднем 3,5 на одну анкету)
Белорус	78 (в среднем 2,8 на одну анкету)	96 (в среднем 3,5 на одну анкету)
Поляк	97 (в среднем 3,0 на одну анкету)	114 (в среднем 3,5 на одну анкету)

Как видно, среднее число называний не зависит от страны. Согласно исходной гипотезе, ассоциирование с поляками должно было вызвать больше затруднений, чем в случае с более близкими в культурном и географическом смысле странами. Однако вопреки этой гипотезе, значимое различие наблюдалось не между странами, а среди респондентов.

При отсутствии разницы в среднем числе ассоциаций было выявлено заметное отличие в их повторяемости между украинцем (коэффициент повторяемости 1,6), с одной стороны, и белорусом и поляком (коэффициент повторяемости 1,2), с другой стороны. Сами величины коэффициентов можно оценить как низкие с учетом того, что опрос проводился в единой возрастной категории и в одном учреждении. При этом значительное отличие Украины дублирует тезис о более явной сформированности ее образа по сравнению с двумя другими странами. Следует отметить, что данная закономерность, обозначенная для образов стран, оказалась верной и в отношении представлений об их титульных этносах.

Таблица 3. Часто повторяющиеся ассоциации (встречаются у трех и более человек)

Украина	Беларусь	Польша
Хохол (8)	Лукашенко (8)	Ливандовски (4)
Усы (8)	Определенные люди (4)	Экспедиция (3)
Сало (6)	Усы (3)	Пазынин (3)
Тарас Бульба (6)		
Казак (3)		
Чуб (3)		
Хлопец (3)		
Хата (3)		

Как видно из приведенного списка в *таблице 3*, самый четкий образ сформирован для Украины: сразу четыре элемента – «хохол», «сало», «усы» и «Тарас Бульба» – повторяются в среднем у каждого пятого респондента (17–23%). Образы Беларуси и Польши гораздо более расплывчаты, и набор ассоциаций для них оказался шире, чем для Украины (2,7–2,8 ассоциаций на одного респондента против

2,2 в Украине), а практически единственными выделяющимися элементами образов стали *персоны*, обозначенные лично (Пазынин, Лукашенко) или обезличенно. Таким образом, повышенный по сравнению с другими изучаемыми странами коэффициент повторяемости в случае с Украиной обусловлен как сужением списка ассоциаций, так и выделением конкретных элементов образного ряда.

Таблица 4. Повторяющиеся ассоциации (встречаются у двух человек)

Украина	Беларусь	Польша
Скупость	Вымогатель	Полячка/поляк
Жадный	Рабочий	Народный костюм
Гоголь	Русые	Польша
Национализм	Белорус	Человек
Славянин	Казак	Поле
Шаровары	Человек	Пляски
Определенные люди	Лысые	Деревня
Борщ		Одноклассник
Горилка		Католик
		Варшава
		Славяне

### Украина

В образном ряду Украины можно выделить две линии:

- казаки; визуальный образ украинца, по результатам опроса молодежи, идентичен визуальному образу казака: чуб, шаровары, усы, вплоть до прямого указания казацкой идентичности и ее персонификации в образе Тараса Бульбы. Суммарно эти образы были обозначены 22 раза, что составляет почти 20% всех ассоциаций, т.е. к этой линии относится *каждая пятая ассоциация* с Украиной;
- еда. «Сало», «борщ» и «горилка» в сумме были названы 10 раз, это составляет почти 9% всех ассоциаций, т.е. к этой линии относится *каждая двенадцатая ассоциация* с Украиной.

### Беларусь

Образ этой страны оказался разделен на две части. Первая часть представлений указывает на то, что больше всего ассоциаций со словом «белорус» связано с А.Г. Лукашенко (7 чел., или 26%), к нему добавляются ассоциации «усы» (3 чел.) и «лысый» (2 чел.), которые также можно отнести к описанию президента Беларуси, т.е. 44% опрошенных понимают под образом белоруса именно А.Г. Лукашенко.



Из этого можно сделать вывод, что почти половина образа белоруса – это личность А.Г. Лукашенко. Примечательно, что респонденты, получающие информацию о Беларуси из традиционных СМИ (ТВ и печатные издания), в своих ассоциациях не указывали А.Г. Лукашенко, при этом респонденты, ассоциирующие белоруса с А.Г. Лукашенко, либо не получали информацию о стране в принципе, либо черпали ее из Интернета. Источник этого образа для первых – это воспринятые от старших поколений представления о белорусском лидере, для вторых – вероятнее всего, сайт demotivators.to, на котором демотиваторы с Лукашенко пользуются большой популярностью.

Вторая половина образа белоруса крайне расплывчата и не имеет четких фокусов, поэтому достаточно сложно выделить определенную тематику. Интересной оказалась группа респондентов, смешавшая белорусские образы с украинскими: в ассоциировании с белорусом они писали слова «казак», «хохол», «сало», «украинец», «Украина», т.е. происходит своеобразное перекрывание группового образа белоруса более ярким целостным образом украинца.

### *Польша*

В образном ряду Польши выделяется линия, указывающая на то, что ассоциации распространяются на сугубо культурное представление о пространстве: слова «полячка/поляк», «пляски», «славяне», «католик», «народный костюм» в сумме названы 10 раз (почти 9% всех ассоциаций), т.е. к этой линии относится *каждая двенадцатая ассоциация* с Польшей, которую респонденты посещали реже других изучаемых стран, поэтому личные впечатления мало повлияли на ее образ, но при этом в ассоциациях преобладал этнокультурный оттенок.

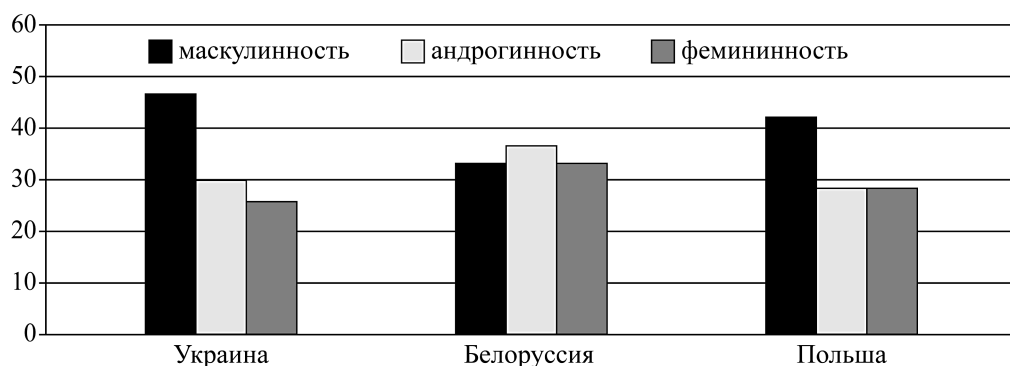
Примечательно, что учеников, которые ничего не знали о положении дел в Польше, насчитывалось в два раза больше, чем учеников, ничего не ведающих о других анализируемых странах, что явилось причиной большого количества буквальных ассоциаций со словом «поляк» («человек, знающий польский язык», «живущий в Польше», «Польша» и прочее), а большинство негативно окрашенных ассоциаций приходилось на респондентов, пользовавшихся ТВ (28% опрошенных). При этом подавляющая часть положительных ассоциаций насчитывалась у пользователей Интернета и у тех, кто получал информацию о Польше от друзей и/или родственников. Также следует подчеркнуть, что ассоциаций, связанных с футболом, игроками футбольных команд и непосредственно с Евро-2012, в групповом образе поляка значительно больше, чем в образе украинца и Украины, хотя Чемпионат Европы проводился в обеих странах в равной степени (по нашим представлениям, причина этого, вероятнее всего, кроется в том, что сборная России играла в Польше).

### **Характеристики образов стран по результатам анализа графических рисунков**

В качестве одного из элементов анкетирования респондентам было предложено *нарисовать* соответствующую страну – точнее, то, как они себе представляют ее при допущении, что эта страна – человек. Число респондентов, выполнивших гра-

фический блок анкеты, с разбивкой по странам составляли для Украины – 27 чел., для Беларуси – 22 чел., для Польши – 31 чел.

Примечательно, что наименьшие затруднения у респондентов вызвала визуализация Польши: только трое респондентов, т.е. менее 10%, были не в состоянии заполнить графическую часть, в то время как по Беларуси и Украине не смог этого сделать каждый четвертый. Данная закономерность противоречит исходной гипотезе о меньшей четкости образа Польши, связанной с большей культурной дистанцией между русским и польским народами, чем между русским и украинским, с одной стороны, и русским и белорусским, с другой. Таким образом, выявлено уже третье противоречие в данной гипотезе. Наиболее вероятным фактором формирования этих расхождений явилось близкое знакомство лицеистов с Польшей за счет активно развивающегося направления полонистики (в его рамках работает постоянный спецкурс, выполняются исследования, организовываются поездки в эту страну). Выявленный диссонанс косвенно доказывает, что подобная системно организованная деятельность вызвала эффект трансформации групповых образов страны и народа, причем ее воздействие на эти образы оказалось сильнее, чем влияние СМИ, и, как следствие, образ Польши получился ярче и полнее, чем образ Беларуси, упоминаемой в медиа-пространстве гораздо чаще.



**Рисунок 3. Гендерные различия персонажей – образов стран изучения**

*Примечание:* сумма долей для Украины больше 100%, т.к. в одной анкете было два рисунка, мужчины и женщины

Анализ рисунков, представленных респондентами, показал, что гендерные стереотипы по-разному проявлялись в визуализации образов трех стран (рисунок 3). Наиболее маскулинным оказался образ Украины, в чуть меньшей степени – Польши. Более того, углубленный анализ подтвердил отрыв Украины в мужественности: Украину представляли воинственным казаком, Польшу – либо футболистом, либо интеллигентом (чемпионат Европы, напомним, проходил в обеих странах). В свою очередь, Беларусь характеризовалась как бесполое или двуполое существо: число бесполох образов превышало число мужских и женских представлений (последние при этом были равны по численности).

Что касается фиксации на рисунках каких-либо предметов, то образ Украины в значительно большей степени по сравнению с другими странами был дополнен различными объектами: на половине работ визуального ряда персонажи что-то держали в руках и/или имели какие-то вещи рядом с собой, в случае с Беларусью и Польшей эта доля не превышала одной трети от общего числа. Преимущество Украины было сформировано за счет двух самых популярных как в графической, так и в текстовой части образов – «сала» и «газа». Остальные предметы, сопутствующие нарисованным персонажам, были сгруппированы авторами по типам, и их процентные соотношения приведены в *таблицах 5 и 6*.

**Таблица 5. Предметы в руках персонажа (в % от общего числа анкет с предметами в руках персонажа по данной стране)**

Предметы в руках	Украина (18 предметов)	Беларусь (9 предметов)	Польша (7 предметов)
Оружие	11	22	0
Еда	26 (в т.ч. 21 – сало)	22	14
Алкоголь	13	11	29
Табак	5	11	14
Флаг своей страны	6	0	14
Предметы с/х деятельности	6	23	0
Газ	21	0	0
Прочее*	12	11	29

\* для Украины: балалайка, деньги, лопата; для Беларуси – ребенок; для Польши – табличка «Польша», цветок.

**Таблица 6. Предметы около персонажа\***

Предметы в руках	Украина	Польша
Другие страны	20	20
Связь с Евро-2012	40	40
Сало	20	–
Прочее	20	40

\* В *таблице 6* Беларусь не рассматривается, т.к. рядом с ней находятся только два предмета.

Анализ набора предметов, с которыми находятся персонажи на рисунках респондентов, позволяет сделать ряд выводов. Самой «агрессивной» из трех стран оказывается Беларусь: именно для нее характерна самая большая доля оружия среди изображенных предметов. Данная закономерность, вслед за результатами

анализа ассоциаций, опровергает одну исходную гипотезу (о наиболее позитивном образе Беларуси из трех стран исследования) и подтверждает другую: о приоритетности образа, формирующегося при непосредственном контакте по сравнению с воспринятой из вторичных источников реальностью.

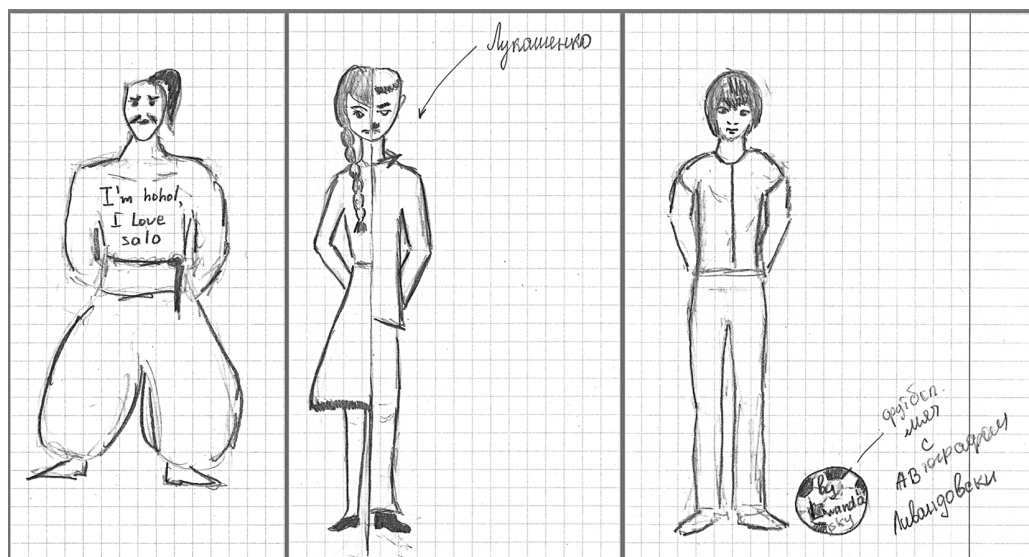


Рисунок 4. Интегральные образы Украины, Беларуси и Польши по результатам сведения рисунков респондентов<sup>3</sup>

Агрессивный образ Польши, сформированный школьным курсом истории, продукцией масс-медиа, и в частности освещением событий на Евро-2012, которые многие респонденты включили в образный ряд, был полностью нивелирован личными знакомствами с поляками, собственными впечатлениями о поездках, учебными курсами Лицея по полонистике и польскому языку. Напротив, недостаток такого набора личных впечатлений о Беларуси в сочетании с воспринятым из медиа образом Лукашенко, обороняющегося от всего мира и периодически конфликтующего с российскими властями, сформировал агрессивный образ этой страны, изначально более близкой и дружественной. Заметной составляющей графического образа Польши оказалась патриотическая символика: флаг и табличка «Польша», которые в совокупности представлены более чем на четверти рисунков с предметами; остальные компоненты графических образов в основном дублировали элементы из текстовых ассоциаций. Авторская графическая интерпретация сводных визуальных образов Украины, Беларуси и Польши представлена на рисунке 4.

Следует отдельно отметить образ Беларуси, поскольку он оказался двуединым: мужчину нарисовали 20% респондентов, женщину – 33%, а бесполое существо

<sup>3</sup> Выполнены М.А. Козыревой.

изобразили 45% участников опроса<sup>4</sup>. Показательно, что андрогина нарисовали те респонденты, которые выдали самые расплывчатые текстовые ассоциации, в частности спутали белоруса с украинцем; наблюдалось некоторое смещение их образов и в графической части анкеты: так, элементы одежды и причесок женских изображений Беларуси и Украины были практически идентичны – коса, сарафан, ленты. Две другие части графического образа Беларуси, напротив, оказались целостными, поэтому в интегральный образ мы поместили обе, не имея возможности отказаться ни от одной из них. Нарисовавшие мужчину изобразили лысого, чаще усатого человека в нейтральном костюме; нарисовавшие женщину в основном изобразили ее в национальном костюме и с длинной косой. Данное двуединство графического изображения логично дополнило двуединство ассоциативного ряда в групповом образе Беларуси: те, кто ассоциировали белорусов с А.Г. Лукашенко, изобразили на рисунке белорусского президента; те же, у кого представления о Беларуси перекликались с сельским хозяйством и народным костюмом, изобразили девушку с косой.

## Общие выводы

Анализ эмоциональной окраски текстовых ассоциаций со странами изучения и их титульными этносами опровергает одну из исходных гипотез исследования о том, что большинство негативных ассоциаций связаны с Польшей и поляками. Двумя основными факторами неожиданно позитивного образа Польши и поляков являлись близкое знакомство лицеев с этой страной, ее гражданами и слабая включенность респондентов в ту часть медийного поля, в котором фигурирует Польша.

Предположение о том, что больше всего контрастных (позитивных либо негативных) ассоциаций должно быть с Украиной и украинцами, также оказалась опровергнута: образы Украины и украинцев включали наибольший из трех стран процент нейтральных ассоциаций. При этом сравнительно устойчивое приобщение респондентов к медийному полю, в котором фигурирует Украина, обусловило максимальную концентрацию негативных ассоциаций именно с данной страной и народом.

Гипотеза о наиболее позитивных образах Беларуси и белорусов не подтвердилась и не была опровергнута: эмоциональная окраска представлений в белорусском и польском кейсах оказалась примерно одинаковой.

По результатам анализа как текстового, так и графического материала групповые образы Украины и украинца предстали наиболее четкими и целостными. Таким образом, подтвердилась гипотеза о том, что групповой образ, сформированный при непосредственном контакте, будет более сформированным, чем образ, воспринятый опосредованно. Подтвердилась и другая гипотеза, дополняющая первую: о том, что наиболее единым оказывается групповой образ, сформированный у группы респондентов, которые посещали страну одновременно (в данном случае в рамках одной экспедиции).

Ниже ожидаемого по итогам опроса выявилась концентрация ассоциаций, ориентирующих на сближение и интеграцию с Беларусью, при этом их доленое участие в групповых образах Беларуси и Польши обнаружилось примерно равным

<sup>4</sup> «Бесполоя» часть рисунков оказалась самой беспорядочной, поэтому в интегральный рисунок не попала.

и в обоих случаях значительно уступило персонифицированным ассоциациям. Более того, по результатам графического анализа Беларусь оказалась самой «агрессивной» из трех стран: именно для нее характерна самая большая доля оружия среди изображенных предметов.

Напротив, «агрессивный» образ Польши был полностью разрушен благодаря контактам с поляками, впечатлениям от поездок, учебным курсам Лицея по полонистике и польскому языку. На всех рисунках, касающихся Польши, оружие отсутствовало, а в ряду ассоциаций фигурировали «свои люди» и другое.

Данные закономерности, выявленные по результатам анализа ассоциаций и рисунков, опровергают одну из исходных гипотез о наиболее позитивном образе Беларуси и подтверждают другую о приоритетности образа, формирующегося при непосредственном контакте по сравнению с воспринятой из вторичных источников реальностью.

## Литература

- Артоболевский С.С. (2006) Приграничные территории Российской Федерации: что может и хочет государство? // Российское экспертное обозрение. № 4 (18). С. 9–11.
- Баринов С.Л. (2009) Трансграничные коммуникации Брянской и Псковской областей: историко-географические предпосылки // Материалы докладов XVI Международной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов». М.: МГУ.
- Баринов С., Гриценко А., Самсонова А. (2009) Образ Украины и особенности местной идентичности населения российско-украинского приграничья // Региональные исследования. № 3. С. 22–28.
- Бородина Т.Л., Волкова И.Н., Гриценко А.А., Баринов С.Л. (2008) Приграничные территории России и Украины: общая история и разделенное настоящее (географические подходы) // Артоболевский С., Синцеров Л.М. (ред.) Трансформация российского пространства: социально-экономические и природно-ресурсные факторы (полимасштабный анализ). М.: Эслан. С. 266–287.
- Гриценко А.А. (2010) Этноландшафтные особенности формирования современного российско-украинского порубежья // Проблемы региональной экологии. № 1. С. 148–157.
- Данько Т.П. (2008) Методологические вопросы построения маркетинговой карты регионов РФ // Говорин А.А., Гришин В.И. (ред.) Актуальные проблемы инновационного развития экономики современной России. М.: РЭА им. Г.В. Плеханова.
- Замятин Д.Н. (1) (2001) Образ страны, структура и динамика // Общественные науки и современность. № 1. С. 107–112.
- Замятин Д.Н. (2) (2001) Феноменология географических образов // Социологические исследования. № 8. С. 12–21.
- Замятин Д.Н. (2006) Культура и пространство: моделирование географических образов // [http://fictionbook.ru/author/dmitriyi\\_nikolaevich\\_zamyatin/kultura\\_i\\_prostranstvo\\_modelirovanie\\_geo/read\\_online.html?page=8](http://fictionbook.ru/author/dmitriyi_nikolaevich_zamyatin/kultura_i_prostranstvo_modelirovanie_geo/read_online.html?page=8)
- Замятин Д.Н. (1) (2008) Локальные мифы: Модерн и географическое воображение // Четвертая Всероссийская конференция «Литература Урала: история и современность». Екатеринбург, 7–8 октября 2008 г. // <http://vestnik.rsuh.ru/article.html?id=60235>
- Замятин Д.Н. (2) (2008) Экономическая география образа // Независимая газета. 24 декабря 2008 года // [http://www.ng.ru/science/2008-12-24/14\\_geography.html](http://www.ng.ru/science/2008-12-24/14_geography.html)
- Замятин Д.Н. (2010) Гуманитарная география: предмет изучения и основные направления развития // Общественные науки и современность. № 4. С. 126–138.
- Замятина Н.Ю. (б.г.) Структура представлений о пространстве в разных странах: постановка проблемы // Виды представлений о пространстве // <http://spkurdyumov.narod.ru/NikZamiyatin.htm>



- Колосов В.А., Вендина О.И. (ред.) (2011) Российско-Украинское пограничье: двадцать лет разделенного единства. М.: Новый хронограф.
- Леонтьев А.Н. (1994) Философия психологии. М.: МГУ.
- Манаков А.Г. (1995) Геокультурное пространство Северо-Запада Русской равнины. Псков
- Межевич Н.М. (2005) Основные направления региональной политики Российской Федерации. СПб.: С.-Петербург. гос. ун-т телекоммуникацию.
- Митин И.И. (2005) Мифогеография: пространственные мифы и множества реальности // *Communitas*. № 2. С. 12–25.
- Назукина М.В. (2006) Региональная мифология в современной России и сравнительный анализ на примере Пермских и Свердловских областей // <http://discourse-pm.ur.ru/avtor5/nazukina.php>
- Попкова Л.И. (2001) Этногеографическая ситуация в приграничных районах России и Украины (на примере Курской и Сумской областей) // Геополитические и геоэкономические проблемы российско-украинских отношений (оценки, прогнозы, сценарии). Санкт-Петербург: РГО.
- Уваров М.С. (2001) Научно-аналитический обзор источников по теме «Культурная география» // <http://knigi.konflib.ru/8istoriya/72760-10-analitcheskiy-nauchniy-obzor-tema-nauchno-analitcheskiy-obzor-istochnikov-teme-kulturnaya-geografiya-rukovoditel.php>

---

---

## Group Perceptions of Russia's Western Neighbouring Countries among Russian Youth—a Case Study of Students of a Moscow Secondary School

S. BARINOV\*, M. KOZYREVA\*\*

\***Sergey Barinov** – Candidate of Science in Geography, Research Fellow, Institute of Education, Higher School of Economics. Address: 20, Myasnitskaya St., Moscow, 101000, Russian Federation. E-mail: sbarinov@hse.ru

\*\***Maria Kozyreva** – Intern, Lyceum #1553. Address: 13/1, Derbenevskaya St., Moscow, 115114, Russian Federation. E-mail: latovia@yandex.ru

**Citation:** Barinov S., Kozyreva M. (2016) Group Perceptions of Russia's Western Neighbouring Countries among Russian Youth—a Case Study of Students of a Moscow Secondary School. *Mir Rossii*, vol. 25, no 2, pp. 168–186 (in Russian)

### Abstract

This article explores the group perceptions of Russian school students regarding three neighbouring countries—Ukraine, Belarus and Poland—and the factors that shape them. Our approach differs from the one which is more common among social geographers in that we do not simply equate the group perceptions to the sum of individual perceptions,

but regard them as the product of continuous exchanges and interactions between individuals within the group. We analyse this process in a specific group of people: 8th and 9th grade students of a Moscow secondary school, who also interacted with the same age students and the cultures of Ukraine and Poland in the course of school trips. The data for this study were collected in January, 2013 in the form of interviews with the students, and their textual and visual records containing the associations regarding these countries. Our findings reveal that the group perceptions formed in the course of direct interaction with the country and particularly within a single expedition are the most consistent. In our case this is exemplified by contrasting the group perceptions of Ukraine (more consistent) and Belarus (less consistent). In terms of emotional colouring the group perceptions of Ukraine feature the highest degree of neutrality, whereas a small degree of wariness characterizes the perceptions of Belarus and Poland. We conclude that more intense and direct contact with a country (or culture) is more important for the consistency of the perceptions within a group, than more indirect sources (such as, for instance, cultural stereotypes). However, we also recognize the limitations of our findings given the highly specific setting and sample of respondents.

**Keywords:** cross-border cooperation policy, subjective perceptions, geography of perceptions, Ukraine, Belarus, Poland

## References

- Artobolevskii S.S. (2006) Prigranichnye territorii Rossiiskoi Federatsii: chto mozhet i khochet gosudarstvo? [Border Territories of the Russian Federation: What Does the State Can and Wants to?]. *Rossiiskoe ekspertnoe obozrenie*, no 4 (18), pp. 9–11.
- Barinov S.L. (2009) Transgranichnye kommunikatsii Bryanskoi i Pskovskoi oblasti: istoriko-geograficheskie predposylki [Cross-border Communication of Bryansk and Pskov Regions: Historical and Geographical Background]. *Materialy dokladov XVI Mezhdunarodnoi konferentsii studentov, aspirantov i molodykh uchenykh «Lomonosov»* [The Reports of the 16th International Conference of Students, Postgraduates and Young Scientists “Lomonosov”], Moscow: MGU.
- Barinov S., Gritsenko A., Samsonov A. (2009) Obraz Ukrainy i osobennosti mestnoi identichnosti naseleniya rossiisko-ukrainskogo prigranich'ya [The Image of Ukraine and the Local Identity of the Russian-Ukrainian Border]. *Regional'nye issledovaniya*, no 3, pp. 22–28.
- Borodin T.L., Volkova I.N., Gritsenko A.A., Barinov S.L. (2008) Prigranichnye territorii Rossii i Ukrainy: obshchaya istoriya i razdelennoe nastoyashchee (geograficheskie podkhody) [Border Territories of Ukraine and Russia: The Common and Shared Histories (Geographical Approaches)]. *Transformatsiya rossiiskogo prostranstva: sotsial'no-ekonomicheskie i prirodno-resursnye faktory (polimasshtabnyi analiz)* [Transformation of Russia's Space: Socio-economic and Natural-resource Factors (a Multi-Scale Analysis)] (eds. Artobolevskii S., Sintserov L.M.), Moscow: Èslan, pp. 266–287.
- Gritsenko A.A. (2010) Etnolandshaftnye osobennosti formirovaniya sovremennogo rossiisko-ukrainskogo porubezhya [The Modern Russian-Ukrainian Borderland Formation Features in Ethnic Landscapes]. *Problemy regional'noi ekologii*, no 1, pp. 148–157.
- Danko E. (2008) Metodologicheskie voprosy postroeniya marketingovoi karty regionov RF [Methodological Issues of Creating Marketing Maps of Russia's Regions]. *Aktual'nye problemy innovatsionnogo razvitiya ekonomiki sovremennoi Rossii* [Current Problems of Inno-

- vation-Driven Economic Development in Modern Russia] (eds. Govorin A., Grishin V.), Moscow: SEI HPE.
- Kolosov V.A., Vendina O.I. (eds.) (2011) *Rossiisko-Ukrainskoe pogranich'e: dvadtsat' let razdelenogo edinstva* [Russian-Ukrainian Borderland: Twenty Years of Separated Unity], Moscow: Novyi khronograph.
- Leontiev A.N. (1994) *Filosofiya psikhologii* [Philosophy of Psychology], Moscow: MGU.
- Mežević N.M. (2005) *Osnovnye napravleniya regional'noi politiki Rossiiskoi Federatsii* [The Main Directions of the Regional Policy in the Russian Federation], St. Petersburg.
- Manakov A.G. (1995) *Geokulturnoe prostranstvo Severo-Zapada Russkoj ravnini* [The Geocultural Space of the Northwest of Russian Plain], Pskov.
- Mitin I.I. (2005) Mifogeografiya: prostranstvennye mify i mnozhestva real'nosti [Myths and Geography: Spatial Myths and Reality]. *Communitas*, no 2, pp. 12–25.
- Nazukina M.V. (2006) *Regional'naya mifologiya v sovremennoi Rossii i sravnitel'nyi analiz na primere Permskikh i Sverdlovskikh oblastei* [Regional Mythology in Modern Russia and Comparative Analysis of Perm and Sverdlovsk Regions]. Available at: <http://discourse-pm.ur.ru/avtor5/nazukina.php>, accessed 28 February 2016.
- Popkova L.I. (2001) Etnogeograficheskaya situatsiya v prigranichnikh raionakh Rossii i Ukrainy (na primere Kurskoi i Sumskoi oblastei) [The Ethnic Geographical Situation in the Border Areas of Russia and Ukraine (Cases of Kursk Region and Sumy Region)]. *Geopoliticheskie i geoeconomicheskie problemi rossijsko-ukrainskikh otnoshenij (otcenki, prognozi, scenarii)* [The Geopolitical and Geoeconomic Problems of Russian-Ukrainian Relations (Estimates, Forecasts, Scenario)], Saint-Peterburg: RGO.
- Uvarov M. *Nauchno-analiticheskie obzor istochnikov po teme «Kul'turnaya geografiya»* [Analytical Review of Entries on 'Cultural Geography']. Available at: <http://knigi.konflib.ru/istoriya/72760-10-analiticheskiy-nauchny-obzor-tema-nauchno-analiticheskiy-obzor-istochnikov-teme-kulturnaya-geografiya-rukovoditel.php>, accessed 28 February 2016.
- Zamyatin D.N. (1) (2001) Obraz strany, struktura i dinamika [The Image of the Country, Structure and Dynamics]. *Obshchestvennye nauki i sovremennost'*, no 1, pp. 107–112.
- Zamyatin D.N. (2) (2001) Fenomenologiya geograficheskikh obrazov [Phenomenology of Geographical Images]. *Sotsiologicheskie issledovaniya*, no 8, pp. 12–21.
- Zamyatin D.N. (2006) *Kul'tura i prostranstvo: modelirovanie geograficheskikh obrazov* [Culture and Space: Modeling Geographic Images]. Available at: [http://fictionbook.ru/author/dmitriyi\\_nikolaevich\\_zamyatin/kultura\\_i\\_prostranstvo\\_modelirovanie\\_geo/read\\_online.html?page=8](http://fictionbook.ru/author/dmitriyi_nikolaevich_zamyatin/kultura_i_prostranstvo_modelirovanie_geo/read_online.html?page=8), accessed 28 February 2016.
- Zamyatin D.N. (1) (2008) Lokal'nye mify: Modern i geograficheskoe voobrazhenie [Local Myths: Modernity and Geographical Imagination]. *Chetvertaya Vserossiiskaya konferentsiya «Literatura Urala: istoriya i sovremennost'»*. Ekaterinburg, 7–8 oktyabrya 2008 g. [The Fourth all-Russian Conference "Literature of the Urals: History and the Present", Ekaterinburg, 7–8 October, 2008]. Available at: <http://vestnik.rsuh.ru/article.html?id=60235>, accessed 28 February 2016.
- Zamyatin D.N. (2) (2008) Ekonomicheskaya geografiya obraza [Economic Geography of Images]. *Nezavisimaya Gazeta*. 24 December 2008. Available at: [http://www.ng.ru/science/2008-12-24/14\\_geography.html](http://www.ng.ru/science/2008-12-24/14_geography.html), accessed 28 February 2016.
- Zamyatin D.N. (2010) Gumanitarnaya geografiya: predmet izucheniya i osnovnye napravleniya razvitiya [Humanitarian Geography: Subject of Study and Basic Directions of Development]. *Obshchestvennye nauki i sovremennost'*, no 4, pp. 126–138.
- Zamyatina N.Y. Struktura predstavlenii o prostranstve v raznykh stranakh: postanovka problemy [The Structure of Space in Different Countries: a Research Agenda]. *Vidy predstavlenii o prostranstve* [The Types of Space Perception]. Available at: <http://spkurdyumov.completely.ru/NikZamyatin.htm>, accessed 28 February 2016.