

Сикевич З. В.

## Россия в русском самосознании

Сикевич Зинаида Васильевна – доктор социологических наук, профессор кафедры культурной антропологии и этнической социологии Санкт-Петербургского государственного университета. Россия, Санкт-Петербург, 191124, ул. Смольного 1/3, подъезд 9.

*E-mail:* [sikevich@mail.ru](mailto:sikevich@mail.ru)

*Тел.:* +7 (921) 953 90 33

**Аннотация.** Статья посвящена исследованию динамики восприятия петербуржцами образа России и российского общества. Сопоставляются данные, полученные в ходе исследований 1996, 2001, 2007 и 2012–2013 гг., которые проводились под руководством автора в лаборатории этнической социологии и психологии факультета социологии СПбГУ. Автор уделяет особое внимание соотношению представлений о России как Родине, о Российском государстве и государственной власти. Рассматриваются, в частности, восприятие федеративного устройства государства, популярность отдельных политических слоганов, формулируемых в качестве национальной идеи, распространённость этноцентризма. Анализируется влияние половозрастных характеристик участников опроса на содержание их ответов. Основной акцент делается на анализ символических ассоциаций, связанных с образом России. Обосновывается продуктивность символического подхода в социологическом исследовании.

**Ключевые слова:** восприятие, образ, установка, представление, национальная идея, национальное самосознание, символической подход, ассоциативный метод.

Если опорой и стержнем этнической идентичности является культура и менталитет народа, то ядром национального самосознания не может не быть государственность, особенно если речь идёт о русских.

Во все эпохи русские были народом, особенно акцентуированным на силу и величие своего государства, что подкреплялось социализацией подрастающих поколений. Государство могло называться Российской империей или Советским Союзом, патриотизм оставался не только основной ценностью [Триандис, 2007: 147] в отношении русского человека к базовому политическому институту, но и своего рода институциональной нормой [Сикевич, 1996: 15].

По данным исследований, проведённых под руководством автора, оценка власти петербуржцами носит чаще критический характер дистанцирования по шкале «мы – они» [Сикевич, 2004: 125]. Отражается ли это на восприятии Российского государства или в сознании людей? Существуют ли государственная власть и само государство как институт относительно независимо и поэтому могут ли оцениваться по-разному? Какой образ России существует в представлениях россиян? Что есть Россия – Восток или Запад? Или же она, Россия, – это особая уникальная цивилизация? И, наконец, как соотносятся с оценкой российского государства и российской государственности восприятие России как родины, отечества.

Эти «вечные» для России вопросы всегда будоражили общественное мнение интеллигенции, ими задавались русские философы на протяжении XIX в. Ответы на них нередко становились водоразделом в полемике между западниками и почвенниками. Русская философия Серебряного века, а позже мыслители Русского зарубежья продолжили эту традицию собственного русским «самокопания», о которой говорил Н. Бердяев [Бердяев, 1990: 32]. Свою лепту в скрупулёзное исследование «русской души», национального характера и национальной идеи наряду с Бердяевым внесли, в частности, В. Соловьев [Соловьев, 1991], Н. Лосский [Лосский, 1992], И. Ильин [Ильин, 1991], евразийцы и многие другие.

Полемика, и это вполне понятно, вспыхнула с новой силой в связи с процессами российской трансформации, и здесь наряду с философскими экскурсами и публицистическими откровениями, ставшими фактическим орудием в идеологической борьбе, появились социологические исследования, зафиксировавшие изменения в сознании и поведении россиян. Нельзя обойти вниманием солидный труд Института социологии РАН «Двадцать лет реформ глазами россиян», где рассматривается динамика этих изменений (1991 – 2011 гг.) в самых различных сферах публичной и частной жизни россиян [Двадцать лет..., 2011].

Исследование «Национальное самосознание русских», которое легло в основу этой статьи, посвящено, в частности, проблемам восприятия образа России в сознании петербуржцев. Проект осуществлялся в течение 2012–2013 гг. коллективом лаборатории этнической социологии и психологии НИИ комплексных социальных исследований Санкт-Петербургского государственного университета под руководством автора статьи. Было опрошено 458 петербуржцев, выборка квотная по полу (43,1% мужчин и 56,9% женщин) и возрасту (18–29 лет – 23,2%; 30–39 лет – 16,1%; 40–49 лет – 17,0%; 50–59 лет – 20,3%; 60 лет и старше – 23,4%). По уровню образования: среднее – 18,1%; среднее профессиональное – 28,9%; неполное высшее – 19,9%; высшее – 33,1%. По этнической принадлежности (91,3% – русские; 8,7% – представители национальных меньшинств города). Последний факт даёт основание утверждать, что изучался образ России именно в русском сознании (в ходе сортировки для анализа были отобраны опросные листы петербуржцев русской национальности).

Наряду с результатами данного опроса для иллюстрации и выявления динамики мнений привлекаются данные исследований 1996 г., и 2001 г. (квотная выборка населения Санкт-Петербурга по половозрастным характеристикам). Несмотря на локальный характер выборки, представляется, что результаты исследования могут быть интересными для широкой аудитории, прежде всего, спецификой методического обеспечения.

Несколько слов в обоснование методических приёмов исследования. Эмпирические референты были сформулированы по возможности косвенно, завуалировано, чтобы снизить вероятную ориентацию на нормативную установку. Именно этим объясняется преобладание открытых вопросов с последующим контент-анализом полученной информации. По имеющемуся опыту, предоставление возможности респонденту высказаться в свободной форме снижает эффект социальной желательности. Конечно, свободные высказывания людей зачастую стереотипны, однако было бы некорректно отрицать и то, что сформулированные исследователем ответы на закрытые вопросы также являются стереотипами, только иного, более высокого интеллектуального уровня. На наш взгляд, использование в социологическом исследовании социально-психологических техник и процедур только расширяет познавательные возможности инструментария. Однако, поскольку такой подход для социолога не вполне традиционен, это несколько усложняет прямое сопоставление полученных результатов с данными других исследований.

Каково же понимание респондентами сути федеративного устройства России? Как показали результаты исследования, лишь 57,2% участников опроса понимают специфику российской государственности («Россия — это Родина всех народов, которые живут на её территории»). Примерно равное число опрошенных петербуржцев полагает, что «Россия — это Родина исключительно русских людей», в одном случае всех, «независимо от места проживания», в другом, — «её граждан русской национальности» (соответственно 18,3% и 17,9%). Примечательно, что уклонились от выбора немногие, в основном, женщины старших возрастных групп (6,6%). Женщины оказались значительно толерантнее, чем мужчины, к представителям иных народов РФ: 46,8% мужчин при суммировании двух этноцентричных ответов «отдают» Россию исключительно русским (женщины — 25,9%). С возрастом толерантность повышается: так, если в возрастной группе 30–39 лет Россию считает русским государством 57,1% респондентов, то среди наиболее пожилых участников опроса (старше 60 лет) к этому мнению склоняется только 23,8%.

Такую же половозрастную зависимость подтверждают и ответы на сходный, но более остро сформулированный вопрос: «Поддерживаете ли Вы лозунг: «Россия — для русских»? Если среди мужчин более половины (54,2%) относятся к числу сторонников «России — для русских», то среди женщин этноцентристов почти на 20% меньше (35,2%). Среди тех же тридцатилетних поддерживает националистический лозунг 52,4%, в то время как среди двух старших возрастных групп 50–59 лет и старше 60 лет — соответственно 32,6% и 25,4%. Дополнительный анализ показывает, что почти на две трети группа «национально» ориентированных молодых мужчин одновременно является приверженцами Сталина, что даёт немало оснований для тревоги.

Национальная идея, наряду с патриотизмом, составляет ядро самосознания народа, именно поэтому участникам опроса было предложено выбрать из списка наиболее дискутируемых в российском обществе идей те, с которыми респонденты согласны (см. таблицу 1).

Таблица 1

## Выбор национальной идеи

Формулировка идеи	%
Вернуть России статус великой державы	41,5
Стать нормальным государством по европейскому образцу	34,7
Восстановить Советский Союз	27,8
Стремиться к духовному развитию, а не материальному обогащению	20,2
Усилить влияние православных ценностей и морали на жизнь общества	18,1
Усилить престиж русских как ядра российской государственности	17,7

Число процентов больше 100, так как респонденты могли давать более одного ответа.

Как видно из данных таблицы, две первых строчки занимают взаимоисключающие лозунги – ориентация на статус великой державы и «нормального» государства. Но учитывая тот факт, что третье место заняла ещё одна своего рода имперская идея, приоритет «державников» налицо, что лишний раз подтверждает тенденцию, выявленную автором в последнем по времени исследовании, посвящённом анализу содержания исторической памяти [Сикевич, 2014]. Примечательно, что сходная тенденция была зафиксирована и в исследовании «Двадцать лет реформ глазами россиян», хотя позиции были сформулированы несколько по-другому [Двадцать лет..., 2011: 144].

Обращает внимание слабая востребованность как коммунистической, так и евразийской идей, хотя вторая пользуется немалой популярностью в кругах политической элиты, но, как мы видим, рядовым гражданам она представляется надуманной.

Мужчин чаще, чем женщин, привлекает идея «великой державы» (соответственно 47,2% и 37,3%). Женщины, как и ожидалось, больше ориентированы на духовность – 25,4%, (мужчины – 12,2%), но особенно на влияние православных ценностей и морали – 24,6% и 9,1% соответственно.

По возрастному показателю прослеживается та же тенденция, что и в других случаях, хотя и не столь сильно выраженная. «За» великую державу высказалось 51,8% представителей возрастной группы 30–39 лет и 37,4% людей пенсионного возраста. «За» коммунистическую идею – тенденция обратная (соответственно 8,9% и 20,6%). Обращает на себя внимание последний факт – лишнее свидетельство того, что не критичное отношение части молодёжи к Сталину обусловлено не его приверженностью «делу Ленина», а просто положительным восприятием лидера страны, укрепившего престиж государства.

Русских во все времена почти болезненно, в отличие от других народов, волновало то, как их страну воспринимают в мире. Своё представление о восприятии «нас» со стороны участники опроса могли выразить, заканчивая своими словами предложение: «В мире Россию считают...».

Всего было получено 109 различающихся суждений (512 ответов), сгруппированных по рубрикам, представленным в таблице 2.

Таблица 2

Отношение к России в мире, %

Содержательные рубрики	Суждения	Ответы
Партнёр	6,4	5,5
Объект экономической эксплуатации	7,3	10,0
Государство, вызывающее уважение	20,0	40,2
Государство, не вызывающее уважения	50,0	31,5
Менталитет народа	16,3	12,8

Если обратиться к количественной характеристике суждений, то при суммировании двух рубрик негативного содержания («объект эксплуатации» и «государство, не вызывающее уважения») их численность превысит половину. Две рубрики положительной направленности («партнёр» и «государство, вызывающее уважение») в совокупности составят 26,4%. По числу ответов наблюдается большее равновесие мнений (соответственно 45,7% и 41,5%). Очевидно, что и в этом случае налицо раскол мнений в отношении восприятия и оценки нашего государства европейскими соседями, традиционно объединяемыми в русском сознании экзистенциальным понятием «Запад».

Следует обратить внимание на содержание высказанных суждений. В позитивных мнениях преобладает указание на экономическую выгоду партнёрства («хороший партнёр», «богатые ресурсы», «большие возможности», «природная кладезь», «огромный потенциал»), оценка достоинств российского народа («гостеприимный», «хлебосольный», «открытый»), размеров («огромная», «необъятная») и могущества российского государства («великая», «сильная», «могучая», «непобедимая»). Примечательно, что последние коннотации доминируют, что лишний раз подтверждает «державные» притязания русских. Поэтому можно ли, имея в виду распространённость подобного рода установок, удивляться положительной реакции российского общества на воссоединение с Крымом?

Негативные суждения содержат сомнения в искренности побуждений западных партнёров по отношению к России («лакомый кусок», «сырьевой придаток», «удобный полигон для деятельности западных компаний», «легко одурачить») или горькую констатацию низкого уровня развития государства («лапотная», «слабая», «лузер», «валенок», «заповедник дураков»).

Рубрика «менталитет народа» объединила довольно традиционные и стереотипные для самооценки русских людей представления о загадочности русской души («многоликая», «непонятная», «странная», «непредсказуемая»).

Если сравнить данные проведённого исследования с результатами исследования 2001 года, в ходе которого задавался точно такой же вопрос, то можно увидеть некоторую тенденцию повышения уровня самооценки при попытке посмотреть

на себя со стороны. Если в исследовании 2014 г. суждения с положительным и отрицательным знаком примерно равновелики, то 13 лет назад настроения были куда более уничижительными, негативные оценки «самих себя» составляли около двух третей всех высказанных мнений.

Половозрастная зависимость высказывания выражена слабо. И в данном случае, несмотря на различие методических приёмов, обнаруживается сходство с результатами исследования Института социологии РАН [Двадцать лет..., 2011: 191], которое выявило значительное превышение доли условных «анти-западников» (ответ: «В интересах Запада Россию ослабить») над респондентами, занимающими противоположную позицию (ответ: «В интересах Запада России помочь»).

Ответы респондентов на вопросы показывают их отношение к различным аспектам российской государственности, однако наиболее важными, как и предполагалось, стали результаты применения методики символических ассоциаций, которые позволяют приоткрыть «завесу» осознаваемых рефлексий и социального контроля [Триандис, 2007]. Вопрос формулировался следующим образом: «Напишите первых три слова, которые лично Вам приходят в голову, когда Вы слышите слово «Россия». Идентичный вопрос был задан и в исследовании 2001 года. В последнем по времени исследовании стояла задача обнаружить динамику интерпретации этого понятия, если таковая имеется. Исследование показало, что в целом символическое восприятие России не изменилась. Обобщённые данные представлены в таблице 3.

Таблица 3

Символика России вызывает..., (обобщённые данные контент-анализа), %

Рубрика	Ответы
Природно-географические ассоциации	29,4
Положительные чувства	22,1
Отрицательные чувства	6,8
Народ и его представители	11,3
Государство и его атрибуты	11,1
Предметный мир	11,0
Культура	5,3

Наиболее примечательный факт: Россия для опрошенных петербуржцев, прежде всего, не государство, пусть даже и подкрепляющая самоуважение великая держава, а родная сторона, пространство, воспринимаемое в первую очередь эмоционально. Не случайно то, что такие рациональные характеристики как культура и предметный мир, даже государственная атрибутика по своим количественным значениям заметно уступают природно-географическим и эмоциональным характеристикам.



Обратимся к наиболее интересным деталям отдельных рубрик, прежде всего, самой объёмной по числу мнений, природно-географической. Россия — «бескрайняя», «огромная» страна, она ассоциируется с «ширью», «землёй», «родными просторами» и «русским полем». Леса в символическом восприятии («рощи», «тайга», и т. п. в совокупности составили около 4% символов) существенно преобладают над степью или равниной (менее 1% символов). В природный образ России включается «бескрайняя синь», «небесный цвет» и её климатические особенности («мороз», «холод», «снег»). Животный мир представлен традиционным «медведем» (около 3% ответов) и «журавлями».

В число географических объектов входит, прежде всего, «малая родина» респондентов — Петербург (14,4%), причём в связи с родным городом называются не только традиционные символы (Зимний, Нева, «Аврора», «белые ночи» и разведённые мосты), но и типично личностные ассоциации («осенние туманы над Невой», «петроградский дворик», «васькин остров» и т. п.). Москва, что было вполне ожидаемо, фигурирует реже (6,4%) и только своими культовыми объектами (Кремль и Красная площадь). Упоминания других российских городов, иные географические названия единичны.

Следует отдельно рассмотреть те персоналии, которые для участников опроса символизируют Россию: их относительно немного и в совокупности эти образы упомянул всего лишь каждый 11–12-й респондент. Чаще всего вспоминаются писатели, из общего числа упоминаний по этой категории они оставляют 59,8%. В их ряду примерно поровну представлены классики и советские писатели, ни один из современных, ныне живущих авторов не символизирует для опрошенных петербуржцев Россию. Классики фигурируют по сравнению с литераторами советского периода в большем числе ответов, список, как и ожидалось, возглавляет «наше всё» А. Пушкин, вслед за ним идут Ф. Достоевский, Л. Толстой, А. Чехов и Н. Чернышевский. Примечательно, что, кроме Пушкина, все остальные прозаики. Напротив, литературные символы советского периода несколько чаще включают поэтов, а не прозаиков (А. Ахматова, М. Цветаева, В. Маяковский, С. Есенин, Б. Пастернак и И. Бродский).

Кроме литераторов в символический ряд персоналий вошли ещё три художника (И. Репин, В. Серов и И. Шишкин) и один скульптор — Э. Неизвестный.

Заметим, что политические деятели Россию символизируют слабо: их назвали всего семь человек (Пётр I, Рюрик, Александр Невский, князь Игорь и Иван Грозный). Этот факт косвенно свидетельствует о превалирующем восприятии России не как государства, а как места рождения. Поэтому неудивительно, что в числе эмоциональных ассоциаций доминирует восприятие России именно как Родины (отчизны, отечества, Дома и др.), в целом эти символы России возникли у 37,2% участников опроса.

Следует особо обратить внимание на то, что почти в 70% ассоциаций используется именно понятие «Родина», а не близкие по смыслу синонимы. Представляется, что это отражает модальность именно этой категории для русского сознания (неслучайно однокоренными к этому слову являются «народ»,

«роды» и «роженица»). С позиции этнопсихолингвистики – это явный показатель того, что в народном сознании пребывает женский образ страны, среди ответов появляется идиома «Русь-матушка». Неслучайно и то, что с Россией ассоциируются такие качества как «вера», «доброта», «мир» и «покой», т. е. психологически женские, а не мужские характеристики.

Противоречит ли это державному восприятию государства? Не думаю, так как и в этих ответах появляются уже знакомые по предыдущему анализу «мощь», «сила», «непобедимость», «величавость», «слава», «честь» и «героизм».

В своём символическом восприятии русские не вполне осознанно разделяют три базовых для национальной идентичности понятия – Родину, государство и власть. Власть, что обнаружили иные результаты исследования, далеко не всегда не устраивает граждан, государство же – держава – это не столько реальность, сколько традиционный миф, подкрепляющий национальную гордость и самоуважение. Поэтому объектом патриотических чувств, которые, вне всякого сомнения, наличествуют у большинства участников опроса, становится именно Родина, а не российское государство и тем более не государственная власть.

Вполне объяснимо, что отрицательные эмоции напрямую связаны с деятельностью носителей власти – «нестабильность», «разруха», «нищета», «насилие», «неуверенность в завтрашнем дне» (3,7%). Последняя характеристика, как показывают данные предыдущих исследований, является модальной для социально-психологического самочувствия, но именно её, по мнению респондентов, не обеспечивает власть в России.

Какие же символы России оказались модальными в групповом «портрете» страны (см. таблицу 4)?

Таблица 4

## Модальные символические ассоциации с понятием «Россия»

Символические ассоциации	%
Родина (отечество, отчизна, родной дом и т. п.)	37,4
Петербург (Нева, мосты, белые ночи, Зимний дворец и т. п.)	16,6
Просторы (бескрайняя, необъятная, пространство)	8,8
Берёза	7,0
Сила (мощь, могущество, непобедимость)	6,2
Москва (Красная площадь, Кремль)	6,2
Мороз (холод, стужа, снега, лёд)	5,6
А. С. Пушкин	5,2

Нетрудно заметить, что фаворитом ассоциаций наряду с «большой» Родиной – Россией стала «малая родина» участников опроса, что, на наш взгляд, является показателем особой значимости территориальной идентичности именно для жителей Петербурга.



Символические ассоциации образа России чрезвычайно устойчивы, в особенности это относится к природно-географическому восприятию страны и эмоциональному образу Родины: во всех трёх исследованиях (1996, 2001 и 2007 гг.) эти ассоциации занимали ведущие места. Половозрастная специфика выражена слабо, что позволяет предположить, что национальное самосознание является той ценностью, которая объединяет членов одной общности, независимо от принадлежности к другим группам.

Одной из частных задач настоящего исследования было выявление соотносительной символики «России» и «Запада». Гипотетически предполагалось, что образ «Запада» будет носить мифологизированный, стереотипный характер, что в целом и подтвердилось.

Запад для любого русского человека, независимо от уровня образования или политических взглядов, понятие вовсе не географическое, а особый, вполне отчётливый образ «не-нашего» стиля жизни и мировосприятия, который одним — нравится, а другим — нет. Безразличные традиционно отсутствуют.

В советское время быть «западником» стало символом неприятия советской идеологии и советского образа жизни, а дореволюционные «почвенники» превратились в апологетов режима. Даже сегодня, когда диссидентская «фронта» 60–70-х гг. XX в. канула в лету, любая критика Запада в кругах либеральной интеллигенции оценивается как некоторая «неблагонадёжность» и знаковый переход в стан «врагов» демократии и гражданского общества. Не остаётся безразличным к этой полемике и общественное мнение, особенно в последние десятилетия, когда условный Запад вместе с рынком, конкуренцией, инфляцией и социальным расслоением, но и с идеями свободы и личностного достоинства пришёл в Россию, затронув в большей или меньшей степени сознание и выбор каждого человека в нашей стране.

Всё это в полной мере отразили данные исследований 2007 и 2012–2013 гг. Обратимся вначале к первому из них по времени проведения (квотная выборка Санкт-Петербурга, 911 чел.), в ходе которого изучались ассоциации относительно символических объектов «Россия» и «Запад». Использовались незаконченные предложения «Россия для Запада — это ...» и «Запад для России — это ...». Суждения по поводу этой символической оппозиции сгруппированы посредством контент-анализа по рубрикам, представленным в таблице 5. Всего по первому предложению было получено 412 различающихся мнений (714 ответов), по второму — 378 мнений (665 ответов).

Примечательно, что участники опроса абсолютно убеждены в непостижимости, загадочности России для западного восприятия («непостижимое», «вечная загадка, которую не разгадать», «Сфинкс», «необъяснимое явление природы», «головоломка», «непознаваемое инородное тело» и т. п.). При этом респонденты не сомневаются в том, что в отличие от «их» непонимания России «нам» Запад вполне понятен и в силу своей «одномерности» (мнение 21-летнего студента), и в том, что «никакой тайны не составляет» («интернет», «голливудская картинка», «кино для дураков», «просто хорошие вещи» и т. п.). Очевидно, что в этом противопоставлении проступает дух почти нескрываемого и не вполне осознаваемого превосходства.

Таблица 5

## Символическая дистанция «Россия и Запад», %

Классификационные рубрики	«Россия для Запада»		«Запад для России»	
	Сумма различающихся текстов	Сумма ответов	Сумма различающихся текстов	Сумма ответов
Непонимание	16,0	14,2	3,7	4,8
Экономические связи	20,7	37,2	24,7	24,6
Источник негативных чувств	50,9	41,8	41,4	36,2
Источник положительных чувств	12,4	6,8	30,2	34,4

Судя по ответам, «мы» готовы несколько снисходительно учиться западной «эффективности», принимая её чуть ли не свысока («образец, на ошибках которого надо учиться» или «пример для того, чтобы воспользоваться лучшим, и, не изобретая велосипеда, отсеивать всё неподходящее для России»). Причём даже «западники», которых среди участников исследования тоже было немало, обращают внимание почти исключительно на экономическую успешность западной модели цивилизации («эталон экономики», «хорошие дороги», «возможность набраться рыночного опыта» и т. п.), фактически игнорируя ценностное своеобразие западного мира. Ответы «свобода», «гражданская ответственность», «пример самоуважения» и т. п. единичны и представлены, главным образом, мнением молодых образованных мужчин.

На фоне потребительского отношения к «Западу» несколько нелепо выглядит уверенность в его недоброжелательстве, тайных умыслах. Запад для России – источник агрессии («зло», «гибель», «капкан», «чума», «вампир», «волк»), немалое число более резких метафор из соображений этики были опущены. Одним словом, Запад – исконный враг, это – наиболее модальное суждение из всех, высказанных в его адрес (см. таблицу 6).

Таблица 6

## Модальное представление по оппозиции «Россия для Запада» и «Запад для России»

Россия для Запада – это ...		Запад для России – это ...	
Модальные ответы	% от числа опрошенных	Модальные ответы	% от числа опрошенных
Сырьевая база	9,5	Враг	14,0
Дойная корова	6,8	Экономический ориентир	13,1
Загадка	6,5	Денежный мешок, кредитор	11,5
Кормушка	5,0	Плохой пример для подражания	8,5
Помойка, свалка	5,0	Школа жизни	5,3

В оценке Запада явственно проступает обида за Россию, которая для «них», с одной стороны, «колония», «помойка», «полигон для химических отходов», «большое мусорное ведро», «яма», «повод для издёвки», «северный Зимбабве»,

«секонд-хэнд» и, что особенно примечательно, «всё равно, что для России – Узбекистан», а с другой, – «вожделенный кусок», «бездонная кормушка», «жирный кусок пирога», «золотая жила», одним словом, – «средство обогащения». Интересно, что даже в этом несколько преувеличенном, даже «маскарадном», самоуничижении не трудно уловить тайной, не вполне осознаваемой уверенности в том, что «мы» для «них» – «дойная корова», а «они» для «нас» – всего лишь источник инвестиций, которые можно снисходительно принять, так что Россия без Запада обойдётся, а вот Запад без России – вряд ли. Респонденты уверены в том, что Запад боится России значительно в большей мере, чем Россия – Запада («кость в горле», «бельмо на глазу», «бомба замедленного действия», «пороховая бочка», «красная тряпка для быка», «препятствие, мешающее покорить весь мир» и т. п.). Впрочем, в качестве источника негативных чувств оба символических объекта имеют примерно равный вес в представлениях участников опроса. О размере негативной дистанции между «ними» и «нами» дают хорошее представление модальные суждения, включённые в таблицу 6: по обоим сравниваемым объектам они носят преимущественно негативный характер.

Подобная интерпретация оппозиции «Россия – Запад» фактически неизменна в исторической перспективе и слабо подвержена социальным изменениям. Большинство участников опроса 2012–2013 гг. (вопрос закрытого типа) также воспринимает свою страну как своего рода одинокую крепость в окружении недоброжелателей или прямых врагов (так, 73% респондентов полагает, что в интересах Запада Россию ослабить).

Вопрос в таком же звучании относительно интересов Запада включался ранее в исследования 1996, 2001 и 2007 гг. – уверенность в происках Запада всегда доминировала над обратным суждением (соответственно 65,3%, 71,2%, 79,0%). Причём характерно то, что возрастной фактор слабо влияет на распределение ответов, т. е. это мнение и молодого поколения. Таким образом, судя по полученным данным, очевидно, что негативный образ «Запада» формировался постепенно, и всплеск «антизападничества», наблюдающийся в связи с украинским кризисом, является лишь продолжением давно наметившейся тенденции. Сходная тенденция была выявлена ранее в исследовании Института социологии РАН [Двадцать лет..., 145].

Ещё одной задачей настоящего исследования стало выявление соотносительной оценки петербуржцами советского и современного российского общества. Гипотетически предполагалось, что респонденты в массе своей слабо разделяют понятие «государство» и «общество», что и подтверждают полученные данные.

Респондентам было предложено написать первых три слова, которые ассоциируются у них с жизнью при советской власти, а также три слова, которые ассоциируются с жизнью в современном российском обществе. Полученные ответы (по советскому обществу их оказалось 1200, а по современному – 1140) были классифицированы и сгруппированы посредством процедуры контент-анализа. Суммарные данные по рубрикам представлены в таблице 7.

Таблица 7

**Соотношение качеств советского общества и современного общества  
по рубрикам контент-анализа, % к числу полученных ответов**

Рубрики	Советское общество	Современное общество
<b>Качественные характеристики общества</b>	33,1	20,3
- положительные	68,5	45,0
- отрицательные	31,5	55,0
<b>Государственное устройство и идеология</b>	17,1	46,8
- положительные	-	-
- нейтральные	66,0	10,7
- отрицательные	34,0	89,3
<b>Качества людей</b>	17,1	5,8
- положительные	84,0	64,0
- отрицательные	16,0	36,0
Социальная среда и предметный мир	17,9	7,3
Социальные типажы	3,6	5,6
Персоналии	3,0	5,6
События	4,0	6,6
<b>Образные оценки</b>	4,2	2,0
- положительные	28,6	53,3
- отрицательные	61,4	46,7

Из данных таблицы видно, что наиболее насыщенной в обоих случаях оказалась рубрика **качественных характеристик общества**, причём относительно советского общества на одну отрицательную оценку приходится в среднем две положительных. Образ современного общества не в пример хуже. Обратимся к содержанию этой рубрики (в дальнейшем анализе приводятся подлинные вербальные оценки общества).

По мнению респондентов, важнейшим достоинством советского общества была **стабильность**, которая ассоциируется у респондентов со «спокойствием», «безопасностью» и «социальными гарантиями». Состояние общества формировало **чувство «защищённости, надёжности и уверенности в завтрашнем дне»**. Государство отличали сила, мощь, величие, непобедимость, которые способствовали прогрессу, перспективе, развитию, надежде на светлое будущее. В обществе царили дисциплина, порядок и законность. Подобное состояние общества формировало у людей чувство коллективизма, единства, общности, взаимопомощи, сплочённости, братства, товарищества и чувства плеча. Эти характеристики являются важнейшими признаками советской системы — нацеленность на позитивную групповую идентификацию. В качестве **недостатков** прежнего общества

вспоминаются «застой» как обратная, теневая сторона стабильности, а также группа качеств, образно характеризующих отсутствие свободы (подчинение, зажатость, забитость, угнетение, ущемление, ограничение и т. п.). Интересен тот факт, что недостатки советской власти отмечают преимущественно мужчины с высшим образованием; женщины безоговорочно принимают советскую власть, прежде всего, за бесплатное лечение и образование, право на получение жилья, отсутствие безработицы и «справедливые пенсии».

Качественные характеристики современного общества выглядят неизмеримо хуже. Единственными его **достоинствами** респондентам представляются **свобода, возможность самовыражения, информированность и открытость**. Характерно, что положительные черты современной жизни ценят почти исключительно представители возрастных групп 20–29 лет и 30–39 лет, а также лица с незаконченным высшим (студенты) и с высшим образованием. Недостатки отмечают все респонденты, причём эти негативные стороны современной системы, по мнению участников опроса, коренятся в порочности государственной политики и самих носителей власти.

Ниже представлены группы основных претензий к обществу, которое для респондента фактически синонимично государству:

- **Нестабильность** и её производные: неопределённость, разруха, развал, распад, напряжённость, кризис и т. п.
- **Беззаконие**, которое приводит к бесправию, беспределу, произволу, безнаказанности, вседозволенности и т. п.
- **Власть денег**, жажда обогащения, стремление к наживе, особенно неприемлемая для людей средних и старших возрастных групп; социум оценивается как общество золотого тельца, в котором всё на продажу.
- Беззаконие и нестабильность, которые приводят ко всякого рода **преступным деяниям**, в частности, грабёжам, криминалу, разбою, насилию и бандитизму. Коррупция и взяточничество в этом контексте рассматриваются именно как результат беззакония и попустительства со стороны властной элиты.
- Подобное состояние общества приводит, с одной стороны, к всеобщей **безнравственности** (аморальности, нечестности, презрению к идеалам), а, с другой стороны, – к **бескультурию**, бездуховности и деградации.
- **Состояние общественных отношений оценивается как несправедливое**, формирующее чувство незащищённости, неуверенности и растерянности.

В то же время, по сравнению с исследованием 1996 года стало меньше сетований на нищету, бедность, низкие зарплаты и т.п., а неизмеримо больше – неприятия беззакония и коррупции, унижения собственного достоинства людей. Общество формирует определённого человека, поэтому нельзя удивляться тому, что у 17% респондентов система ассоциируется с качествами людей, живущих в определённых социальных условиях.

По мнению участников опроса, **советского человека отличала жизнерадостность, вера в лучшее будущее и надежда**. Коллективизм, который с малолетства воспитывали в людях, выражался в сострадании, милосердии, дружелюбии и доброжелательности по отношению к другим людям. Советского человека отличали совесть, душевность, честность и обязательность. Люди были трудолюбивы, порядочны, преданы своим идеалам, хотя и простодушны, излишне наивны. Важными качествами человека советской эпохи респонденты сочли **целеустремлённость, стойкость и жизнеспособность**. На фоне столь оптимистической картины почти незаметными тёмными пятнами (всего 8% участников опроса) предстают пассивность, послушание, иждивенчество и апатия советских людей.

В отличие от оценки качественных характеристик общества, где обнаружилось влияние возрастного фактора, черты советского человека нравятся и молодым и старым, и мужчинам и женщинам, и образованным и необразованным участникам опроса.

Примечательно, что в оценке особенностей советского государственного устройства и господствующей идеологии мнения молодёжи и пожилых людей заметно разошлись. У **молодых** в ответах преобладали относительно чёрные краски, в частности, указания на **железный занавес, холодную войну, запреты, рамки, закрытость** и навязывание одной идеологии. У представителей **старших** возрастных групп **СССР ассоциируется с великой державой, «союзом нерушимым республик свободных», развитой экономикой и понятием Родина**.

В связи с советским периодом у респондентов независимо от возраста возникает ассоциация «КПСС» (съезды, парткомы, партбилеты), а также отдельные политические и экономические институты советской власти, в частности, ВЛКСМ, пионерия, КГБ, ОБХСС, профсоюзы, стахановское движение, рабочий контроль и т. п.

В целом нельзя не отметить, что по сравнению с исследованием 1996 года используемые респондентами характеристики советского общества более нейтральны, менее эмоциональны и менее политизированы. Тогда ответы пестрили «сталинскими застенками», «гуглагами», «цензурой», «отсутствием свобод» и т. п. На этот раз образ советского общества значительно более благостный. Возможно, это свойство человеческой памяти – не забывать о хорошем, «стирая» плохое, а возможно – результат мифологизации советского общества в последние годы.

**Современное общество** ассоциируется у респондентов в первую очередь с **открытыми границами**, которые упоминаются почти всеми молодыми участниками опроса, а также реализацией гражданских свобод, гласностью, многопартийностью, глобализацией. В качестве



нейтральных по знаку понятий фигурируют банки, валюта, евро, доллары, а также бюджет и государственные долги. При этом в связи с СССР не возникла ни одна ассоциация подобного типа. Не менее интересно и то, что среди 11-ти понятий, связанных с денежно-банковской сферой страны, нет ни одного упоминания о рубле. В исследовании 1996 года словосочетание «деревянный рубль» было в числе модальных ассоциаций.

В рубрику «**социальная среда и предметный мир**» были включены ассоциации, отражающие так называемую повседневность, реалии времени, в которых люди строили свою жизнь. Представление о советских временах составлено из высказываний участников опроса. Ни для кого не секрет, что советские времена отличал довольно скромный быт. Люди жили в коммуналках и «хрущёвках», ходили на субботники, работали за «получку» и радовались фиксированным ценам. Товары и продукты были дешёвыми и качественными, но за ними надо было стоять в очереди, видеть пустые прилавки, охотиться за продуктовыми наборами, рачительно использовать карточки и талоны. Выручала фарцовка, распределители и блат.

Нетрудно заметить, что картина предстаёт довольно безрадостная, хотя пожилые люди вспоминали и светлые приметы того времени – спортивные секции, кружки в домах пионеров, турпоходы, песни у костра и олимпийского мишку. Характерно, что такое, мягко говоря, скудное существование, тем не менее, ассоциируется, как уже отмечалось, с честностью, доброжелательностью и совестью людей и позитивным восприятием общества в целом. Эта, на первый взгляд, логическая несурязица подтверждает всем известные слова, «не хлебом единым...» и требует дальнейшего осмысления.

Предметный мир советской эпохи настолько колоритен, что некоторые наиболее частые ассоциации требуют перечисления: это книги, гитары, магнитофоны и виниловые диски. Люди спали на железных кроватях, женщины носили платки, сапоги на платформе и валенки. Косметика ограничивалась духами «Красная Москва», огуречным лосьоном и тушью-«плевалкой», а продукты – колбасой, селёдкой, картошкой с солью, водкой за 2 руб. 87 коп. и хлебом за 15 копеек. В качестве лакомства существовало эскиммо на палочке за 12 копеек и ленинградский пломбир за 22 копейки. Трое участников опроса вспомнили фруктовое мороженое за 7 копеек. Характерно при этом, что люди называли не просто продукты, но и цену на них. На фоне сегодняшней дороговизны эти воспоминания, лелеемые в памяти, выглядят почти фантастическими. Нельзя не отметить, что ассоциации, связанные с предметным миром, в основном фиксировались у представителей старших возрастных групп, а также чаще у женщин, чем у мужчин.

Над современной повседневностью царит реклама и глянец. Людей отличает бездумное потребление и погоня за престижными вещами. В магазинах изобилие товаров, но они нередко низкого качества. Зарплата поступает на банковские карточки, поэтому все пользуются банкоматами. Целая группа понятий связана

со знаковым для современного человека символом автомобиля. Это тачки, иномарки в целом, Порше, «бумеры», «мерины», экзотический Ламброджини. И неизбежные в связи с этим пробки, синие мигалки, КАСКО и ОСАГО. У людей появился Интернет, компьютеры, ноутбуки, мобильная связь, вай-фай и веб-сайты. В свободное от «зависания в Сети» время народ «тусуется» и занимается фитнесом. Сферу досуга олицетворяют бары, боулинги, ночные клубы, дискотеки, игровые автоматы и шоу. Все эти ассоциации возникают исключительно у молодёжи. Респонденты старшего возраста вспоминают уплотнительную застройку, систему ЖКХ, ипотеку, ломбард и материнский капитал. Забавно выглядит современный «продуктовый набор», в который входит текила, виски, пепси-кола, Орбит, чипсы и овсяная каша с йогуртом.

Не менее ярко общество характеризуют и социальные типы, т. е. представители различных слоёв и профессиональных групп, которые, на взгляд респондентов, также отражают специфику социального времени.

В советском обществе это были коммунист, комсомолец и пионер. Основные классы представляли не просто рабочие и колхозники, но передовики, ударники и новаторы производства. За ними «приглядывали» чекист, комиссар и бюрократ. Существовали «маргиналы» — диссидент и фарцовщик. Все они — совки и, по мнению одного из студентов, «скучные серые люди».

Сегодняшние типы намного разнообразнее. Они образуют несколько условных социальных групп. Первая состоит из автолюбителя, женщины-водителя и инспектора ГИБДД. Во второй присутствуют бездомные, бомжи, беспризорники, безработные, проститутки, наркоманы и алкаши. Их, образно говоря, курируют «братва», «кореша», террористы, бандиты и преступники. В смежную группу входят полицейский, силовые структуры в целом, мэр, депутат и вездесущий чиновник. Элиту представляют президент, олигарх, магнат, «нувориш», совладелец и хозяин. И, наконец, отдельно расположились чеченец, дворник-таджик и гастарбайтер.

В заключение анализа ответов на этот вопрос обратимся к таблице 8, в которую включены понятия, названные более чем 5% участников опроса.

Как мы видим, из 10 понятий, модальных для советского общества, 6 являются положительными, 1 (КПСС) — нейтральным, 3 (дефицит, очередь, железный занавес) — отрицательными. По современному обществу картина зеркально противоположная. На 3 положительных понятия (свобода, открытые границы, много возможностей) и 1 понятие нейтральное (Интернет) приходится 6 отрицательных.

Таблица 8

Модальные понятия по ассоциативному ряду  
советское общество и современное общество, % к числу опрошенных

Понятия	Советское общество	Современное общество	Понятия	Советское общество	Современное общество
Стабильность	1	11,0	Коррупция	1	13,5
Коллективизм, братство	2–3	10,2	Власть денег	2	10,0
Дефицит	2–3	10,2	Нестабильность	3	8,8
Социальные права	4	8,8	Криминал	4	8,5
Очереди	5	6,7	Свобода	5	7,3
Уверенность в будущем	6	6,0	Много возможностей	6	7,0
Порядок, дисциплина	7–10	5,0	Беззаконие, произвол	7	5,5
Равенство	7–10	5,0	Взятки	8	5,3
КПСС	7–10	5,0	Интернет	9–10	5,0
Железный занавес	7–10	5,0	Открытые границы	9–10	5,0

Если в целом сравнивать ассоциации, связанные с советским и современным обществом, выявленные в 1996 году, с образами, возникшими спустя 17 лет, можно отметить следующую тенденцию. В исследовании 1996 года число различающихся ассоциаций было *большим* по сравнению с опросом 2013 года (соответственно 329 и 283 по советскому обществу, а также 306 и 264 по современному обществу). Вероятнее всего, это объясняется тем, что в первом исследовании все респонденты были очевидцами советской эпохи, даже молодые респонденты успели застать хотя бы пионерские сборы и зарницы. Сегодня по нашим подсчётам более 1/3 участников опроса в советскую эпоху были либо грудными детьми, либо родились уже после 1985 года и, таким образом, имеют о временах советской власти лишь смутное представление, образно говоря, из вторых рук. Именно это и повлияло на «сжатие» круга ассоциаций.

Ответы 1996 года в целом были более политизированы и явно формировались под воздействием идеологической позиции респондента — условного демократа или коммуниста. Сегодня на фоне общей тенденции бегства от политики политическая полярность ответов снизилась и одновременно возросла численность ассоциаций с восприятием образа жизни, с психологической атмосферой социальных отношений, с характером частной жизни. Вообще сегодняшние ответы не только в большей степени рефлексивны, но и более эмоциональны.

В исследовании 1996 года шире был представлен предметный мир как советского, так и современного человека. Основная причина в том, что приметы прежней социальной среды ещё были в памяти, а новые, которые принесла рыночная экономика, воспринимались в новинку и потому с большей вероятностью ассоциировались со своим временем.

15 лет назад в отличие от 2012–2013 гг. более подробно была представлена рубрика «персоналии», причём часто вспоминались как советские вожди (В. Ленин, И. Сталин, Н. Хрущёв, Л. Брежнев и др.), так и советские диссиденты (А. Сахаров, Д. Лихачёв, А. Солженицын), которая составила 17,3% ответов. Не менее частотным был и ряд современных на тот момент политических деятелей, где наряду с М. Горбачёвым и Б. Ельциным нередко упоминались многочисленные политические кумиры тех лет (в частности, ещё не забытый А. Собчак, Г. Старовойтова, Г. Явлинский и др.), что в совокупности дало 15,1% ответов. Иными словами, время было персонифицировано.

По-иному обстоит дело в последнем по времени исследовании. Всего 3% респондентов вспомнили советских политических деятелей (чаще других И. Сталина), литературного героя – олицетворение качеств советского человека – Павку Корчагина, поэтов В. Маяковского и В. Цоя. Совсем бедно выглядят персоналии нашего времени, упомянутые всего лишь 7 респондентами (5 человек включили в свой ассоциативный ряд В. Путина, по 1 чел. – Б. Ельцина и Д. Медведева).

Итак, какова же Россия в восприятии и оценке петербуржцев? Вкратце обобщим результаты исследования.

*Во-первых*, участники исследования в своём восприятии и оценке России **разделяют российскую власть, российскую государственность как институт и Россию как Родину**. Власть, за исключением Президента, вызывает преимущественно негативные эмоции у всех респондентов, независимо от половозрастных и социальных характеристик. Временная динамика (2001 – 2013 гг.) выражена незначительно. Государственность предполагает «державность» в традиционном для России понимании этой категории. Установка на силу и могущество государства наиболее распространена среди мужчин возрастной группы 30–39 лет. Россия как Родина вызывает почти исключительно положительные чувства, причём ни временная, ни половозрастная обусловленность не прослеживается. На мой взгляд, наиболее примечателен и тревожен факт противопоставления России как родной страны и России как государства. Очевидно, что чувство патриотизма вызывает именно Родина, а не государство. Нельзя не заметить, что уже после окончания обсуждаемого проекта в 2014 г., в связи с украинскими событиями, у петербуржцев отмечается положительное изменение в восприятии российского государства (сентябрь 2014 г., исследование не закончено).

*Во-вторых*, консолидированное представление о предпочтительной идеологии отсутствует. Конкурируют, с одной стороны, имперская, великодержавная идея и либеральная, европейская идея – с другой. Младшие возрастные группы и мужчины в чуть большей степени склоняются ко второму варианту. Евразийская идея не пользуется особой популярностью, православную идею разделяют почти исключительно женщины.

*В-третьих*, образ Запада мифологизирован и по отношению к нему преобладает негативная дистанция. Мнение в целом консолидировано, временная динамика — отрицательная. В отношении к этому образу доминирует установка, с одной стороны, превосходства, с другой стороны — недоверия и подозрительности. В отношении данного факта хотелось бы подчеркнуть, что «антизападничество» в русском сознании формировалось уже с конца девяностых годов, когда в СМИ преобладала положительная или нейтральная оценка отношения «западных партнёров» к России. Нельзя не отметить, что подозрительность к Западу является традиционной для русских мифологемой, причём не вполне даже осознаваемой.

*В-четвёртых*, общество как советское, так и российское воспринимается респондентами как эманация государства, что также присуще традиционному мировосприятию. Динамика оценки советского общества носит положительный характер, оценка современного общества в меньшей мере подвержена изменениям. Со временем политизированность оценок советского и современного общества снижается в пользу преобладания реалий частной жизни.

## Список литературы

Бердяев Н. А. Душа России // Судьба России. М.: Философское общество СССР, 1990. — 246 с.

Двадцать лет реформ глазами россиян: опыт многолетних социологических замеров / Под редакцией М. К. Горшкова, Р. Крумма, В. В. Петухова. М.: Весь Мир, 2011. — 328 с.

Ильин И. А. О России. Три речи. М., 1991. — 120 с.

Лосский Н. О. Характер русского народа // Условия абсолютного добра. М., 1992. — 368 с.

Сикевич З. В. Национальное самосознание русских. М.: Открытое общество, 1996. — 208 с.

Сикевич З. В. Историческое прошлое в социальных ожиданиях россиян // Вестник СПбГУ, 2014, серия 12, № 2. С. 196—206.

Сикевич З. В., Крокинская О. К., Поссель Ю. А. Социальное бессознательное / Науч. ред. З. В. Сикевич. СПб., Питер, 2004. — 272 с.

Соловьев Вл.С. Русская идея. М., 1991. — 92 с.

Триандис Г. Культура и социальное поведение. М., Форум, 2007. — 382 с.

## **Russia in Russian self-actualization**

Sikevich Zinaida Vasiljevna

Doctor of Sociological Sciences, Professor, Faculty of Sociology, Saint-Petersburg state University. Smolny st., 1/3, staircase 9, 191124, St. Petersburg, Russia. E-mail: [sikevich@mail.ru](mailto:sikevich@mail.ru)

**Abstract.** The article speaks about research on the dynamics of impression change on the image of Russia and Russian society in the sight of Saint-Petersburg population. Different data is associated in the research – the results of the surveys of 1996, 2001, 2007 and 2012–2013, which has been achieved under the supervision of the author in the laboratory of ethnic sociology and psychology of the Faculty of sociology of SPbSU. The author pays a special attention to the correlation of perception of Russia as a motherland, Russian state and state power and, in particular, the impression of federative organization of the state, the popularity of the particular political catchphrases formed as a national idea and the abundance of the ethnocentrism. There are analyzed the influence of demographic characteristics of the participants on the content of their answers. The main accent is on the analysis of symbolic associations connected with the image of Russia. The effectiveness of the symbolic approach in the sociological research is argued as well.

**Keywords:** impression, image, orientation perception, national idea, national identity, symbolic approach, associative method

#### REFERENCES

Berdyayev N. A. *Dusha Rossii. [Soul of Russia]*. J. Sud'ba Rossii. M.: Filosofskoe obshchestvo SSSR, 1990. – 246 s (In Russ.).

Dvadtsat' let reform glazami rossiyan: opyt mnogoletnikh sotsiologicheskikh zamerov. [*Twenty years of reform through the eyes of Russians: the experience of many years of sociological measurement*]. / Pod redaktsiey M. K. Gorshkova, R. Krumma, V. V. Petukhova. M.: Ves' Mir, 2011. – 328 s. (In Russ.).

Il'in I. A. O Rossii. Tri rechi. [*About Russia. Three speeches*]. M., 1991. – 120 s. (In Russ.).

Losskiy N. O. Kharakter russkogo naroda. [*The character of the Russian people*]. J. Usloviya absolyutnogo dobra. M., 1992. – 368 s. (In Russ.).

Sikevich Z. V. Natsional'noe samosoznanie russkikh. [*Russian national consciousness*]. M.: Otkrytoe obshchestvo, 1996. – 208 s. (In Russ.).

Sikevich Z. V. Istoricheskoe proshloe v sotsial'nykh ozhidaniyakh rossiyan. [*The historical past in the social expectations of Russians*]. J. Vestnik SPbGU, 2014, seriya 12, № 2. S. 196–206. (In Russ.).

Sikevich Z. V., Krokinskaya O. K., Possel' Yu. A. Sotsial'noe bessoznatel'noe. [*Social unconscious*]. / Nauch. red. Z. V. Sikevich. SPb., Piter, 2004. – 272 s. (In Russ.).

Solov'ev V. I. S. Russkaya ideya. [*Russian idea*]. M., 1991. – 92 s. (In Russ.).

Triandis G. Kul'tura i sotsial'noe povedenie. [*Culture and social behavior*]. M., Forum, 2007. – 382 s.

