

DOI: 10.19181/snsp.2021.9.4.8608

«МЫ» И «ОНИ»: ДИНАМИКА СОЦИАЛЬНОЙ ДИСТАНЦИИ «РОССИЯ – ЗАПАД» В РЕАЛЬНОМ И ВИРТУАЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ.

Проект № 19-011-00219 «Модель соотношения виртуальной и реальной этничности»

З. В. Сикевич¹, А. А. Федорова²

¹Санкт-Петербургский государственный университет.
191060, Санкт-Петербург, ул. Смольного, д. 1/3

²Санкт-Петербургский филиал Института истории естествознания
и техники им. С. И. Вавилова РАН.
199034, Санкт-Петербург, Университетская набережная, д. 5, литера Б

Для цитирования: Сикевич З. Ф., Федорова А. А. «Мы» и «они»: динамика социальной дистанции «Россия – Запад» в реальном и виртуальном пространстве // Социологическая наука и социальная практика. 2021. Т. 9, № 4. С. 78–97. DOI: 10.19181/snsp.2021.9.4.8608

Аннотация. Статья посвящена теоретическому и эмпирическому обсуждению символической шкалы социальной дистанции по признаку «мы» – «не-мы», выраженной в оппозициях «Россия» – «Запад», «русский человек – западный человек». По нашим наблюдениям, противопоставление имеет негативную коннотацию, которая выражается в системе геополитических и ментальных предубеждений. В рамках системного анализа феномена геополитического и ментального дистанцирования, предложена взаимодополняющая система оценки индивидуальных и коллективных представлений русскоязычных респондентов в реальном и виртуальном пространствах. Авторами проведён контролируемый интернет-опрос 600 человек на основе квотной выборки по полу, возрасту, уровню образования; структура выборочной совокупности позволила провести сравнительное исследование в форме нереактивного изучения 10 крупнейших русских сообществ социальной сети «ВКонтакте». В результате комплексного исследования установлено, в частности, что оппозиция «Россия – Запад» неизменна в исторической перспективе с 1995 по 2020 гг. и обнаруживает негативную динамику, с течением времени приобретая характер всё более жёсткого противостояния. Экономические оценки отношения Запада к России сменяются преимущественно геополитическим восприятием отношений, обусловленным доминирующими «державными» установками участников опроса. Как выяснилось на эмпирическом уровне, система традиционных ценностей, присущих российскому обществу, противопоставляется западным ценностям постмодерна, причём образ государства на уровне ценностных представлений напрямую соотносится с образом народа, на восприятие которого наряду с геополитикой влияют различные культурные нормы, отличающие русских от европейцев. Половозрастные характеристики участников опроса обуславливают содержание ответов в минимальной степени, что косвенно свидетельствует о целостности образа Запада на уровне национального самосознания русских.

Ключевые слова: социальная дистанция; символическая шкала; предубеждение; геополитическое представление; ментальное представление; социальная установка; традиционная ценность; культурная норма; половозрастные характеристики; национальное самосознание

Постановка проблемы

Противопоставление «мы» — «не-мы» («мы» — «они») в этнической, а шире и социальной идентичности заложена изначально [1]. Но далеко не только этничность, но также этноцентризм вполне встраиваются в схему традиционного маркирования внешней социальной среды [7]. Оппозиция «мы» — «они» располагается вдоль символической шкалы социальной дистанции, негативным полюсом которой являются некие враждебные «нам» силы, противостояние с которыми может носить не только сугубо этнический, но геополитический и ценностный характер.

Интересно, что как *этническая, так и гражданская (общенациональная) идентичность может быть осознана и проявлена только в условиях сравнения с представителями других этнических и политических общностей* [19]. Не случайно в моноэтнической среде переживание этнического (национального) самоопределения становится размытым, почти исчезает, как следствие невозможности провести сравнение.

Совсем иначе дело обстоит с таким явлением, как толерантность, часто определяемой в качестве *институциональной нормы социального взаимодействия* [3; 6; 12]. В рамках данной нормы границы общности «мы» расширяются не только и не столько до границ своего народа или страны, но в некотором смысле включают в себя человечество, т. е. множество геополитических и этнических общностей, входящих в него [17].

Не вызывает сомнения, что социальная толерантность конструируется не в соответствии с нормами привычного нам права, а воссоздаётся на основании картины мира, которая закладывается в раннем возрасте и бытует в форме социального бессознательного [15]. Более того, институциональная норма нередко идеологизирована, что заметно отличает её от нормы неинституциональной [16].

Именно поэтому, на социальном и этническом уровнях взаимодействия формируется ситуация своеобразного противоборства институциональных и неинституциональных норм. В этих условиях соответствие традиционной норме воспринимается индивидами и группами как нечто привычное и априорное, в то время как обращение к толерантности возможно только в ситуации отхода от традиционной модели мировосприятия [8; 14].

Наиболее очевидная форма интолерантности, поддающаяся анализу на эмпирическом уровне — это социальные (этнические, национальные, политические) предубеждения, под которыми мы понимаем *«негативные социальные установки по отношению как к этническим группам в целом, так и к отдельным индивидам по признаку их членства в данных группах»*. Предубеждения нередко формируются на основе системы негативных этнических стереотипов, являясь определённым аспектом их выражения. Эти два феномена этнических отношений объединяют многие свойства, в частности, устойчивость, согласованность, эмоциональность и др.» [13, с. 42].

Одной из работ, наиболее подробно описывающих данную проблему, чаще всего называют книгу Г. Оллпорта «Природа предубеждений», в которой предубеждение трактуется как антипатия, основанная на неправомерном, устойчивом обобщении [10, с. 39–50]. Примечательно, что эмоциональный аспект этого явления находит отражение в полном неприятии, сходном с ненавистью [23]. Основное оправдание своим негативным чувствам их носитель чаще всего находит в том, что он считает «взаимной» ненавистью. Фактически, «его» неприязнь – всего лишь зеркальное отражение «их» отношения.

Основными причинами возникновения предубеждений становятся:

- **Конкуренция**, как между народами, так и государствами за геополитическое доминирование, экономические и информационные ресурсы. Часто эта установка может быть искусственно сформирована представителями национальных элит, общественных организаций, средств массовой информации.
- **Маргинальная идентичность**, в рамках которой своя группа всегда демонстрируется как самая лучшая, принципиально отличающаяся от других – плохих и неправильных групп. Так как групповая идентичность (гражданская и этническая) апеллирует к образу «врага», социальная идентичность приобретает маргинальный, упрощенный характер.
- **Поиск реальной или воображаемой угрозы, где в качестве врага представляется другая общность или государство.** «Они» хотят «нас» уничтожить, подавить, унижить, подчинить и т. п. Этот мотив нередко разворачивается в геополитическом измерении, но экстраполируется на систему социальных стереотипов и размер негативной социальной дистанции.

Именно эта мотивация без особого труда обнаруживается в традиционном противопоставлении «России» и «Запада», русского и условного «западного» человека. Причём эта оппозиция имеет историко-философское («славянофилы» и «западники»), геополитическое (конкуренция на мировой арене) и ценностное обоснование.

Запад для любого русского человека, независимо от уровня образования или политических взглядов, понятие вовсе не географическое. К примеру, Финляндия от нас – на север, но это Запад в отличие от расположенных к западу соседей – балтийских стран, это особый, вполне отчетливый образ «не–нашего», иного стиля жизни и мировосприятия, который одним – нравится, а другим – нет. Безразличные традиционно отсутствуют.

Не остаётся безразличным к этой полемике и общественное мнение, особенно с начала XXI в., когда Запад вместе с рынком, конкуренцией и социальным неравенством, с идеями свободы (реальной или мнимой) сам пришёл в Россию, затронув в большей или меньшей степени сознание и выбор каждого человека в нашей стране.

Опыт наших исследований убедительно свидетельствует об устойчивости этой установки в массовом сознании современных граждан России. Сегодня, как и столетия назад, в социальном бессознательном формируется система авто-

и гетеростереотипов, не только выступающая ядром групповой идентичности, но также отвечающая на насущный вопрос «что значит быть русским / россиянином?» и «почему мы хуже / лучше других?».

В целом, на сегодняшний день проблематика формирования социальной дистанции между Россией и Западом хотя и привлекает немалое внимание, всё ещё исследована фрагментарно. В отечественной литературе влияние идентичности на формирование представлений граждан о месте России в мире в последние годы было изучено на основании целостного образа геополитической ситуации XXI в. (см., например, работы Т. В. Евгеньевой [4], И. В. Самаркиной, И. Ю. Киселева).

Немалое внимание было уделено изучению психологических аспектов политического восприятия, включая ценностный [11] и символический аспекты [18].

Вместе с тем, проблема влияния этнической идентичности на представления членов группы о себе и значимых других и в отечественной, и в зарубежной литературе продолжает изучаться исключительно на примерах внутринационального взаимодействия [21; 25] и социальной психологии отдельных групп меньшинств [20; 24; 26].

Методология исследования

По изначальной идее отправной точкой методологии сравнительного исследования стали данные нереактивного изучения русских сообществ сети «ВКонтакте», проведённого авторами настоящей статьи в 2018–2020 гг. Под русскими сообществами в рамках текущего исследования понимались группы, объединяющие русских пользователей социальных сетей для групповой актуализации русской этничности. Ключевыми маркерами такого рода сообществ выступает тематика взаимодействия (русская история, культура, политика), активное обращение к проблемам поиска общерусской идеи, места русских среди других этнических групп.

В силу территориальной разобщённости русского этноса, а также исторически сложившегося противоречия «титальный народ — многонациональное государство», именно сообщества, связанные с консолидацией пользователей по признаку самопричисления к русскому этносу, являются на сегодняшний день наиболее массовыми и активными этнополитическими общностями в русскоязычных социальных сетях. Основной особенностью функционирования подобных сообществ является высокий уровень взаимного доверия к заявлениям пользователей о принадлежности к русскому этносу, связанный с невозможностью очевидной проверки такого рода данных.

В то время как дискуссии в патриотических, общероссийских группах посвящены по большей части актуальным проблемам современной российской политики, именно этноориентированные русские сообщества становятся богатейшим источником данных по проблемам межнационального взаимодействия, а также локусом активных обсуждений по вопросам авто- и гетеростереотипизации.

Теоретическое осмысление внутри- и межгрупповой коммуникации в русских сообществах позволило воссоздать ключевые модели ценностных ориентаций, наиболее полно описывающие отдельные локусы пространства русской этничности в социальных сетях. Так, при построении кластерной выборки крупнейших русских сообществ сети «ВКонтакте» были использованы ключевые дихотомии «религиозность – секулярность», «ориентация на прошлое русского народа и России – ориентация на будущее» и «умеренность – радикальность». Всего в итоговую выборку виртуальной части исследования вошли 10 русских сообществ¹ с общей численностью в 1051 млн человек и ядром активной аудитории в 273 тыс. человек. Благодаря совмещению методов цифровой этнографии и автоматизированного анализа цифровых следов участников русских сообществ, были получены данные, свидетельствующие о механизмах геополитического дистанцирования, актуальных для русских пользователей социальных сетей.

При дальнейшем анализе изучаемого феномена использовался метод анкетного опроса, проведённого в пространстве Интернета в декабре 2020 г. Выбор этой формы реализации исследования был обусловлен ситуацией пандемии и затруднённой очного контакта с респондентами. Несмотря на известные недостатки интернет-опросов, связанные со спецификой выборки (преобладание активных пользователей, преимущественно с высшим образованием), удалось получить эмпирические факты, сопоставимые с данными, выявленными в ходе очных опросов предыдущих лет.

Основная идея заключалась в том, чтобы сопоставить установки членов русских сообществ с высокой мотивацией на проявление этнической идентичности, как позитивное, так и негативное (этноцентризм, этнофобия) с установками рядовых русских пользователей сети, индифферентных к своей этнической принадлежности. Гипотетически предполагалось, что оценки вторых будут носить менее стереотипный и толерантный характер.

Общее число опрошенных составило 600 человек. В связи с целью исследования, направленной на изучение установок именно русских пользователей Сети, производился ремонт выборки, из которой были исключены респонденты, либо не указавшие свою национальную принадлежность, либо указавшие иную, не русскую, национальность. Дальнейшему анализу подлежали ответы 547 человек, в том числе *по половой принадлежности*: 50,7% мужчин и 49,3% женщин; *по возрастным группам*: 16–30 лет – 25,0%; 31–45 лет – 25,0%; 46–60 лет – 25,0%; старше 60 лет – 25,0%.

Специфика опросного листа состояла во включении в опросный лист наряду с вопросами закрытого и полужакрытого типа открытых вопросов и незаконченных предложений (в примерной пропорции 3:2), что дало возможность, во-пер-

¹ «ЯР»; «Русские Онлайн»; «Я – РУССКИЙ»; «Русские Патриоты ※※ Союз Славян»; «Православная Русь»; «Святая Русь»; «Я РУССКИЙ»; «ЗДОРОВАЯ РУСЬ – РОССИЯ УКРАИНА БЕЛАРУСЬ»; «РУССКАЯ ДУША || СВЯТАЯ РУСЬ || ИСТОРИЯ РОССИИ»; «Русская культура».

вых, свободного изложения своего мнения в удобной для респондента форме, и, во-вторых, снижения эффекта социальной желательности. Ответы классифицировались посредством процедуры контент-анализа. Кроме этого, использовался также сравнительный анализ.

С целью выявления динамики геополитических представлений в статье приводятся данные очных опросов 1995, 2001, 2006, 2011 и 2018 гг. (квотная выборка населения Санкт-Петербурга по половозрастным характеристикам), выполненные в лаборатории этнической социологии и психологии факультета социологии СПбГУ под руководством З. В. Сикевич. С учётом некоторого смещения данных (тип опроса и тип выборки) сравнение может выявить общий тренд восприятия оппозиции «Россия – Запад» в сознании россиян.

Друзья, партнёры и враги

Какое место занимают страны условного Запада на шкале социальной дистанции?

Понятие «социальной дистанции» было введено известным социологом Г. Зиммелем [5] в качестве характеристики положения социальных групп в социальном пространстве для обозначения степени их близости – отдалённости, причём как задаваемой институционально, так и ощущаемой сами агентами социального взаимодействия. Этой категорией пользовались, в частности, представители символического интеракционизма [2; 9].

В нашем случае мы используем эту категорию в геополитическом значении, измеряя условное расстояние между Россией и рядом стран как постсоветского пространства, так и относящихся к так называемому Западу. Предварительно заданный список стран, по нашим наблюдениям, релевантен культурному опыту русских респондентов, основанному в том числе на существующих геополитических реалиях (в частности, конфликт между Азербайджаном и Арменией по поводу Нагорного Карабаха; ухудшение межгосударственных отношений с Украиной и т. п.). Ещё более существенной причиной включения упомянутых стран в опросный лист стала частота их упоминаний в контексте обсуждений в русских сообществах, что позволило сформировать сравнительную перспективу.

Участникам опроса было предложено распределить по степени дружелюбности и враждебности ряд государств, исходя из того, что 1 (высший) ранг – страны, наиболее близкие России и 12 (низший) ранг – страны, наиболее далёкие от неё.

Таким образом, шкала условно делится на 3 сегмента: первый включает ранг с 1 до 4,5; второй – с 4,6 до 8,5; третий – с 8,6 до 12, каждый из которых можно условно обозначить как «друзья» (1 сегмент), «партнёры» (2 сегмент) и «враги» (3 сегмент) (табл. 1).

Таблица 1

Геополитическая шкала восприятия стран, ранг

Страны	Ранг	Сегмент
Белоруссия	2,0	1
Армения	3,8	1
Казахстан	4,3	1
Азербайджан	4,8	2
Греция	6,5	2
Китай	6,6	2
Сербия	6,7	2
ФРГ	7,0	2
Италия	7,4	2
Турция	9,9	3
Украина	10,2	3
Франция	10,7	3
США	11,5	3

Нас в данном случае интересует, прежде всего, положение на геополитической шкале стран условного Запада по отношению к России. Все страны ЕС, предложенные для ранжирования, оказались во 2-м и 3-м сегменте дистанции и смещены в сторону негативного полюса (ниже середины шкалы), причём наиболее благоприятный ранг у Греции, наименее – у Франции; США участниками опроса, судя по всему, воспринимаются в качестве абсолютного врага.

Интересно, что в нашем нереактивном исследовании 2018 г., Греция, Италия и Франция были отнесены русскими пользователями виртуальных сообществ к категории «дружественных стран Европы». Формирование образов этих стран во внутригрупповых дискуссиях было основано на ряде позитивных гетеростереотипов (итальянское дружелюбие, французская кухня, греческое изобилие) и туристическом опыте отдельных участников сообщества. Снижение туристической активности из-за карантинных мер 2020 г. в значительной мере снизило уровень позитивного восприятия данных стран, выведя на первое место в оценке Италии и Франции геополитические решения их правительств. Нельзя не отметить также, что в отношении США оценки пользователей русских сообществ оставались стабильно негативными, связанными с актуализацией дискурса двухполярного мира. Схожая ситуация наблюдалась также в оценке Украины, возведённой участниками русских сообществ в статус «вражеского государства», парадоксально объединённого в групповом сознании с образом украинцев как «дружественного народа».

На наш взгляд, отдельного рассмотрения, которое не входит в задачу этой статьи, требует несовпадение институциональной и неинституциональной расстановки оцениваемых государств относительно России. Так, «рав-

но положенная» позиция российского государства по отношению к Армении и Азербайджану явно не совпадает с мнением россиян, для которых Армения явно ближе Азербайджана (ср. ранги 3,8 и 4,8). Казахстан – скорее партнёр, а не друг, а так называемый «партнёр» Турция в восприятии респондентов попадает в разряд врагов.

Представляется, что на уровне рефлексии, не вполне, впрочем, осознаваемой, присваивая те или иные ранги включённым в список государствам, респондент руководствовался не сиюминутными «выгодами» отношений, значимых во внешней политике, а вековой историей взаимодействия стран, религиозной и культурной близостью, возможно и некоей интуицией «здорового смысла», которая не всегда учитывается в случае принятия тех или иных государственных решений.

Что же касается условного и скорее враждебного, чем дружественного Запада, то, судя по итогам ранжирования, его отношение к России формируют, по мнению участников опроса, прежде всего, США и Франция, несколько в меньшей степени Италия и ФРГ.

В рамках групповых дискуссий пользователей русских сообществ, к числу стран, формирующих негативное отношение Запада к России, оказались отнесены исключительно США и Великобритания, в то время как позиция Германии, напротив, обозначалась пользователями как «более дружественная» и «спорящая с мнением Штатов».

Каково же это отношение?

«На Западе Россию считают ...»

Оппозиция «Россия – Запад» фактически неизменна в исторической перспективе и слабо подвержена социальным изменениям. Сопоставим данные нескольких исследований (1995, 2001, 2006, 2011 и 2018 гг.) с аналогичным звучанием вопроса: «Существуют различные мнения об отношении западного мира к России. С которым из них Вы больше согласны?» (табл. 2).

Таблица 2

Общая оценка отношения Запада к России, 1995–2018 гг., %

Оценка	1995	2001	2006	2011	2018
В интересах Запада России помочь	34,7	28,8	26,9	21,0	15,2
В интересах Запада Россию ослабить	65,3	71,2	73,1	79,0	84,8

Как мы видим, уверенность в «происках» Запада всегда доминировала над обратным суждением, причём негативная оценка неуклонно возрастала. И если в середине 1990-х гг. треть участников опроса ещё питали определённые иллюзии в отношении позиции западного мира по отношению к России, то спустя 23 года это мнение сохранилось лишь у каждого седьмого респондента.

В исследованиях 2011 и 2020 гг. использовался, в частности, несколько иной открытый вопрос в форме незаконченного предложения («На Западе Россию считают...»). Число различающихся суждений как в 2011 г., так и в 2020 г. сопоставимо (131 и 128 соответственно).

Если мы обратимся к количественной характеристике ответов, то в 2011 г. число положительных и отрицательных характеристик практически совпадает, в то время как в декабре 2020 г. сумма отрицательных мнений превышает сумму положительных высказываний примерно в 2,5 раза (табл. 3).

Таблица 3

Отношение к России в мире, 2011 г. и 2020 г., %

Рубрики контент-анализа	Число ответов	
	2011	2020
Положительные характеристики	45,7	28,0
Отрицательные характеристики	41,5	61,3
Нейтральные характеристики	12,8	10,7

Очевидно, что в первом случае (2011 г.) налицо определённый раскол мнений в отношении восприятия и оценки нашего государства западными «партнёрами», в то время как спустя девять лет оценка значительно более консолидирована и носит преимущественно негативный характер.

Посмотрим на содержание высказанных суждений. В позитивных мнениях 2011 г. преобладало указание на экономическую выгоду партнёрства («хороший партнёр», «богатые ресурсы», «большие возможности», «природная кладёшь», «огромный потенциал»), оценка достоинств российского народа («гостеприимная», «хлебосольная», «открытая»), размеров («огромная», «необъятная») и могущества российского государства («великая», «сильная», «могучая», «непобедимая»).

Негативные мнения содержали подозрение в отношении искренности побуждений западных партнёров по отношению к России, в основном экономического характера («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»).

Участники обоих опросов уверены в том, что Запад боится России («кость в горле», «бельмо на глазу», «бомба замедленного действия», «пороховая бочка», «красная тряпка для быка», «препятствие, мешающее покорить весь мир» и т. п.) значительно в большей мере, чем Россия — Запада.

Если сравнить данные 2011 г. с результатами исследования 2001 г., 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 более раннем опросе суждения с положительным и отрицательным знаком примерно равновелики, то в самом начале третьего тысячелетия настроения были более пессимистическими, а негативные оценки составляли около двух

третьей всех высказанных мнений. Характерно, что спустя фактически 20 лет преимущественно негативный образ России в предполагаемых представлениях граждан ЕС и США вновь доминирует, однако содержание ответов изменяется.

- Экономические оценки («бензоколонка», «банановая республика», «кормушка» и т. п.) сменяются политическими образами («агрессивная», «страшная», «злая», «монстр», «опасная», «враг» и т. п.), причём эти вербальные конструкты сопровождаются характерными разъяснениями («нас все боятся, хотя мы ни к кому и не лезем», «ненавидят, потому что мы – успешный соперник», «Россия вернёт себе всё, что потеряла в 1991 году»). Иными словами, определённая уничижительность в отношении своей страны, которая присутствовала не только в 2001 г., но и в 2011 г. в мнениях респондентов 2020 г. сменяется великодержавными установками с определённой долей милитаризма.

- В исследованиях 2001 и 2011 гг. положительные образы России касались, главным образом, её духовности и загадочности («красивая», «справедливая», «душевная», «источник правды» и т. п.). В 2020 г. представления участников опроса чаще коррелируют с констатацией величия страны («могущественная», «мощная», «непобедимая», «сверхдержава» и т. п.

- В 2020 г. появились ответы, которые полностью отсутствовали в предыдущих опросах, в частности, упоминания о традиционных ценностях («не признает ЛГБТ-сообщество», «отрицает гендерное равенство», «нарушает права человека / оппозиции» и т. п.).

Нельзя не отметить, что фактическое содержание вербальных конструктов, формулируемых респондентами, в разные исторические периоды формируется под влиянием той или иной категориальной лексики, транслируемой СМИ и художественной культурой. Если тема «духовности», присущей «новой» России доминировала в 2010-е гг., то проблематика гендера, ЛГБТ-сообществ начинает усиленно обсуждаться в традиционных СМИ и в социальных сетях в последние несколько лет, что естественным образом влияет на ассоциативные ряды, возникающие у респондентов, образно говоря, по любому поводу.

Представим сравнительные данные модальных характеристик в исследованиях 2011 и 2020 гг.

Таблица 4

Модальные характеристики России, приписываемые жителям западных стран, 2011 г. и 2020 г., %

Характеристики	2011	Характеристики	2020
Партнёр	20,0	Агрессивная	11,3
Большие возможности	10,9	Сильная	10,7
Огромная страна	10,6	Враг	7,8
Отсталая	9,1	Непредсказуемая	6,4
Объект экономической спекуляции	6,8	Опасная	6,2
Непредсказуемая	5,3	Традиционная	5,2

Как видно из данных таблицы 4, в числе модальных мнений (упомянутых более чем 5% респондентов) совпадает только одна позиция — Россия «непредсказуемая» страна. Но примечательно, что, если в более раннем исследовании представление о непредсказуемости России сочеталось исключительно с образами её «загадочности», «непохожести» и «странности», то минувшей зимой непредсказуемость России соотносилась практически исключительно с её «агрессивными намерениями». В 2011 г. каждый пятый из 450 участников опроса полагал, что на Западе Россия воспринимается в качестве партнёра. В конце 2020 г. это мнение высказали лишь 7 чел. из 547 респондентов. Агрессивность и сила России в прошлом упоминались менее чем 2% участников опроса, сейчас, как мы видим, именно эти оценки заняли первых два места.

Иными словами, очевидно, что культурный и экономический вектор предполагаемого участниками опроса восприятия России был вытеснен геополитическими представлениями.

Представляется, что в наибольшей степени на формирование преимущественно геополитического нарратива участников исследования повлияли события на Украине после государственного переворота в этой стране в 2013–2014 гг. и последовавших за этим событий (воссоединение Крыма с Россией, война на Донбассе), а также локальные войны на постсоветском пространстве, обвинения в адрес России по делу С. Скрипаля и А. Навального, что в совокупности создаёт неблагоприятный геополитический фон внешней политики, прямо влияющий на представления русских респондентов.

Единственное, относительно частое, мнение ценностного характера 2020 г. — это «традиционность» России, которая воспринимается на Западе как её «отсталость» и даже свидетельство «варварства» (1,8%).

Примерно 3% респондентов в обоих исследованиях полагают, что Запад воспринимает Россию через своеобразие русского менталитета. Такое мнение не единично: многие участники опроса считают, что образ государства напрямую соотносится с образом народа. Это подтверждают данные опроса 2020 г., где наряду с образом государства выявлялись не только типичные, по мнению респондентов, представления иностранцев о русских, но и степень согласия / несогласия с этими стереотипами.

Вопрос анкеты «Русских на Западе считают...»

Типичные стереотипы жителей западных стран в отношении русских, по мнению участников опроса, носят преимущественно негативный характер (соотношение негативных и позитивных качеств, приписываемых русским, составляет 82,1% к 17,9%). Представим наиболее расхожие на Западе оценки и комментарии к ним участников опроса.

Медведи, балалайки, угрюмость

«Мужик с бородой, в ушанке и валенках, с баранками на шее вместо бус едет верхом на медведе по улице. В одной руке у него самовар, а в другой — балалайка».

«На медведях ездить непрактично, зимой они спят».

«Я лично медведя видел только в зоопарке. Чтобы увидеть в лесу — надо в Сибирь ехать».

Остроумным выглядит такое сравнение: «медведи на московских улицах — это всё равно как быки где-нибудь в Мадриде, за которыми гоняются матадоры с красными тряпками».

Именно медведь и балалайка — наиболее «идиотские», по мнению участников опроса, атрибуты русского человека: «грубого», «угрюмого», «сурового», «хмурого», с мрачным выражением лица и отсутствием обязательной для европейца улыбки при зрительном контакте.

Приводя это мнение иностранцев о русских, один из респондентов, соглашаясь с тем, что у нас «люди действительно более серьёзные по сравнению с Европой, не улыбочивые», к месту вспомнил поговорку «улыбаться без причины — первый признак дурачины».

Или «у нас улыбаются, когда весело, а не потому, что так принято.». Иными словами, речь идёт не о пессимистическом мироощущении россиян, а о различных культурных нормах социального поведения европейца, с одной стороны, и русского человека — с другой.

Пьянство

Этот стереотип, к слову, единственный, в целом не вызывает возражения у респондентов, тем не менее находятся и те, кто его опровергает (примерно каждый третий, в равной мере и мужчины, и женщины).

- «Сколько пьют, зависит от человека, а не нации».
- «В США ¼ населения в тюрьме, но принято считать, что Россия — тюрьма, битком набитая алкашами».
- «Русских можно купить за бутылку водки, так думают только те, кто не был в России последние 20 лет».

Это представление вызывало возражение в первую очередь у молодых мужчин, которые, по их словам, ведут здоровый образ жизни, занимаются спортом («Пьют те, кому нечем заняться» или «смотря как пить, если не пьянеешь, то почему бы и не выпить «с устатку»»).

Парадоксально, но отношение к проблеме пьянства в среде русских пользователей социальных сетей, напротив, оказалось строго негативным. Борьба с негативным стереотипом о «пьяном русском» является, по нашим наблюдениям, неотъемлемой частью группового взаимодействия. От 27 до 32% участников русских групп (вне зависимости от пола и возраста) отмечают на своих личных

страницах, что являются категорическими противниками употребления алкоголя. В целом, актуализация обсуждений по теме русского пьянства связана с рядом наиболее распространённых стратегий рефлексии пользователей:

- Юмористическая стратегия, чаще всего обретающая форму самоиронии («Алкоголь – пришёл, увидел, победил»), шуточного бахвальства («Пьяный русский лучше попадает по вражеским танкам»).
- Стратегия демаркации, в рамках которой стереотипный «пьяный русский» коллективно обозначается участниками русских групп как «неправильный русский человек».
- Стратегия «запугивания», наиболее характерная для религиозных русских групп. Именно в данной среде наиболее популярным способом рефлексии стереотипа о русском пьянстве становится обсуждение негативного влияния алкоголя на воспроизводство русского этноса. В наиболее радикальных сообществах стереотип о «пьяном русском» даже пересматривается с позиции проекции желания Запада спить и таким образом сгубить русский народ.

Отсталость

Мнение о том, что жители стран ЕС и США считают русских тупыми, невежественными, необразованными, неразвитыми и невоспитанными людьми не поддерживают 81% респондентов.

Наиболее типичное опровержение этого стереотипа: «просто мы – отдельная цивилизация, непонятная западным народам в силу их ограниченности». Некоторые участники опроса делают отсылки в историю: «поучились бы у нас гигиене в средние века» или «у нас люди знали грамоту ещё тогда, когда у них короли не умели писать» (по-видимому, имея в виду в качестве доказательства новгородские берестяные грамоты).

Сравнение современных народов также оказывается не в пользу представителей западного мира: «уж не глупее мы американцев, которые ничего кроме тупых комиксов не читают». Тем не менее, ряд участников опроса склонны согласиться, хотя и с оговорками, с представлением о необразованности современных россиян, противопоставляя им уровень образования периода СССР: «После введения ЕГЭ, к сожалению, необразованность становится реальностью. Советское образование было лучшим в мире. Советский двоечник мог дать фору западному бакалавру по уровню знаний и эрудиции». Такого рода ответы (противопоставление советской образованности низкому уровню образования в современной России) характерны примерно для 3% тех, кто попытался объяснить своё неприятие западного стереотипа.

На наш взгляд, наиболее примечательным является объяснение ложных, с нашей точки зрения, представлений о различиях русского и западного мировосприятия. «Просто мы сопротивляемся западным ценностям», утверждает один

из участников опроса, интерпретируя приписываемую русским «отсталость» как неприятие системы институциональных норм западного общества. Иными словами, с точки зрения респондентов представление об отсталости является, по сути, эвфемизмом «традиционности», противопоставляемой европейскому постмодерну.

Агрессивность

Наибольшее неприятие и возражение вызывают предполагаемые у представителей западного общества представления о якобы русской агрессивности («опасные», «злые», «кровожадные», «воинственные», бандиты и расисты).

В эту группу ответов можно отнести и стереотип о русской «нетолерантности», по-видимому, имея в виду отношение к ЛГБТ-сообществу, так как «между народами у нас такой мир, какой на Западе никому и не снился». Своё несогласие с обвинением в агрессивности респонденты объясняют необходимостью «охранять огромную территорию при скромной демографии, потому нужна большая армия», апеллируя к тому, что Россия «никогда сама не начинала войну, защищалась и защищала других».

Сходное представление о русском народе как народе-защитнике, а не агрессоре наблюдается во всех изучаемых русских сообществах сети «ВКонтакте». Несмотря на то, что групповые стереотипы о типичном русском мужчине в 76% наблюдаемых нами случаев содержат отсылки к силе, мощи, умению владеть оружием, коннотация собирательного образа «русского воина» включает в себя набор позитивных черт (справедливость, желание защитить слабых, миротворчество), противопоставленных «Западной агрессии» (вмешательство в чужие дела, неумение признавать чужую точку зрения). Довольно частое предположение участников опроса заключается в том, что «нас боятся, потому и обвиняют в агрессивности» (2,9%). «Сами себя пугают».

Представлению о мнимой русской воинственности респонденты противопоставляют качества, которые им действительно присущи: «мы — добрые, даже слишком добрые по сравнению с Западом», мы — «доброжелательные», «отзывчивые», «душевные» и «открытые». По мнению нескольких человек, когда европейцы приезжают в Россию, они сразу понимают, «насколько неправильно про нас думали». «Бред проходит, как только они попадают к нам». «Что касается русской агрессивности, то эту идею им просто вбивают в голову западные СМИ». Примерно каждый пятый участник опроса считает, что негативный образ и России, и русских формируют зарубежные СМИ, пропаганда, идеология. «У западного человека просто промытые мозги, он не виноват в том, что так думает о нас», — оправдывает негативные стереотипы один из участников опроса.

Сравним предполагаемые характеристики, которые жители западных стран приписывают «нам» (гетеростереотипы), с теми качествами, которые «мы» сами признаём за собой (автостереотипы) (табл. 5).

Таблица 5

Модальные стереотипы, %

Гетеростереотипы		Автостереотипы	
Пьяницы	28,0	Сильные	14,6
Медведи на улицах	15,1	Добрые	10,4
Агрессивные	6,8	Гостеприимные	10,2
Сильные	6,1	Смелые, отважные	9,4
Мрачные (угрюмые, хмурые)	5,8	Душевные (душа нараспашку)	8,4
Тупые (невежественные)	5,5	Пьяницы	7,0
Непредсказуемые (непонятные)	5,3	Непредсказуемые	6,8
Злые	5,1	Ленивые	5,6
Смелые, отважные	5,0	Дружелюбные	5,0
Патриоты	5,0	Патриоты	5,0

Примечание: в таблицу включены характеристики, упомянутые 5% и более респондентов.

По данным таблицы 5 наиболее примечательны следующие факты:

- В ряду модальных гетеростереотипов – 6 негативных (пьяницы, медведи на улицах, агрессивные, мрачные, тупые, злые); 2 нейтральных (сильные, непредсказуемые) и 2 позитивных (смелые и патриоты). В ряду модальных автостереотипов – 6 позитивных (добрые, гостеприимные, смелые, душевные, дружелюбные, патриоты); 2 нейтральных (сильные и непредсказуемые) и 2 негативных (пьяницы и ленивые), т. е. зеркальная противоположность в распределении положительных и отрицательных атрибуций.

- Можно предположить, что в такие качества, как сила и непредсказуемость в границах авто- и гетеростереотипа респондент вкладывает различное содержание. В случае взгляда «со стороны» сила может соотноситься с агрессивностью, а в случае взгляда «изнутри» – с готовностью защищаться от внешних нападок и угроз. Кроме этого, в ряде «женских» ответов речь шла не о физической силе, а силе духа. Непредсказуемость для иностранца, скорее всего, интерпретируется как непонятность и загадочность, а для русского – самобытность, нежелание (или неумение) планировать на перспективу, свойственный русскому менталитету фатализм.

- Смелость и патриотизм включены в оба гипотетических образа. Характерно, что в отдельных ответах (1–4 чел.) относительно представлений иностранцев о русских присутствовали такие характеристики, как «воин», «никогда не сдаётся», «несгибаемый», а в ряду мнений о самих себе – «победитель», «непобедимый» и «герой». Иными словами, «державность», которая приписывается России как одна из её модальных характеристик, соотносится в обеих системах стереотипов с воинской доблестью и военным величием государства. Характерно, что четыре участника опроса вспомнили слова, приписываемые Александру III о единственных друзьях России – армии и флоте.

- Наиболее сильная оппозиция обнаружена по двум качествам: с одной стороны, агрессивность и злоба, а, с другой – доброта и дружелюбие. Нельзя не заметить, что по данным наших исследований за многие годы именно доброта наряду с пьянством являются наиболее устойчивыми автостереотипами так называемого национального характера, в то время как агрессивность не появляется в ответах даже тех респондентов, которые в целом критически относятся к менталитету своего народа и находят в нём немало недостатков, в частности, лень, которая оказалась в ряду модальных характеристик.

Основные выводы

По мнению участников опроса, наиболее враждебным России государством являются США, а из стран ЕС – Франция, в то время как ФРГ отнесена в ряд «партнёров». Можно предположить, что относительно благоприятная оценка Германии обусловлена более тесными экономическими контактами между РФ и ФРГ.

Институциональная позиция России в форме проводимой внешней политики не в полной мере совпадает с неинституциональными представлениями (оценками «здорового смысла») участников опроса относительно «друзей» и «врагов» России.

Оппозиция «Россия – Запад» неизменна в исторической перспективе с 1995 по 2018 гг. и обнаруживает негативную динамику, с течением времени приобретая характер всё более жёсткого противостояния.

Экономические оценки отношения Запада к России (исследование 2011 г.) к 2020 г. сменяются преимущественно геополитическим восприятием отношений, обусловленным доминирующими «державными» установками участников опроса.

Система традиционных ценностей, присущих российскому обществу, в ответах участников опроса противопоставляется западным ценностям постмодерна.

Образ государства на уровне ценностных представлений напрямую соотносится с образом народа, на восприятие которого наряду с геополитикой влияют различные культурные нормы, отличающие русских от европейцев.

Формированию негативного образа России и русских, по мнению участников опроса, способствуют стереотипы, внушаемые жителям западных стран СМИ, в целом информационной войной дискредитации РФ в глазах среднего европейца.

Половозрастные характеристики участников опроса обуславливают содержание ответов в минимальной степени, что свидетельствует о целостности образа Запада на уровне национального самосознания русских.

Список литературы

1. Арутюнян Ю. В. Этносоциология / Ю. В. Арутюнян, Л. М. Дробижина, А. А. Сусоколов. М. : Аспект-пресс, 1999. 272 с.

2. Блумер Г. Символический интеракционизм. Перспектива и метод / Г. Блумер ; перевод с английского А. Корбут ; предисловие Р. Прус. М. : Элементарные формы, 2017.

3. *Дробизева Л. М.* Российская идентичность и тенденции в межэтнических установках за 20 лет реформ // Россия реформирующаяся : Ежегодник-2011 / Отв. ред. М. К. Горшков. Вып. 10. М. ; СПб. : Институт социологии РАН ; Нестор-История, 2011. С. 72–85.
4. *Евгеньева Т. В.* Место России в мире в восприятии рядовых граждан: идентификационное измерение / Т. В. Евгеньева, Н. В. Смутькина, И. А. Цымбал // Полис. Политические исследования. 2020. № 4. С. 181–191. DOI: 10.17976/jpps/2020.04.13.
5. *Зиммель Г.* Избранное. Проблемы социологии. 2-е изд. / Сост. С. Я. Левит. М. ; СПб. : Центр гуманитарных инициатив, 2017. 416 с.
6. Идентичность и толерантность / Отв. ред. Н. М. Лебедева. М. : Институт этнологии и антропологии им. Н. Н. Миклухо-Маклая РАН, 2002. 416 с.
7. *Левкович В. П.* Этноцентризм как социально-психологический феномен (на материале этнических групп Узбекистана) / В. П. Левкович, И. Б. Андрушак // Психологический журнал. 1995. Т. 16, № 2. С. 70–81.
8. *Мацумото Д.* Психология и культура. М. ; СПб. : Питер, 2003. 416 с.
9. *Мид Д. Г.* Избранное : Сб. переводов / Д. Г. Мид ; сост. и пер. В. Г. Николаев ; отв. ред. Д. В. Ефременко. М. ИНИОН РАН, 2009. 290 с.
10. *Олпорт Г.* Толерантная личность // Век толерантности. 2003. № 6. С. 39–50.
11. Психология политического восприятия в современной России : материалы круглого стола // Вестник Московского университета. Серия 12. Политические науки. 2013. № 6. С. 106–126.
12. *Рыжова С. В.* Этническая идентичность в контексте толерантности. М. : Альфа-М, 2011. 280 с.
13. *Сикевич З. В.* Этнические предубеждения как основа проявления интолерантности // Гуманитарий Юга России. 2018. Т. 7, № 2. С. 36–53. DOI: 10.23683/2227-8656.2018.2.3.
14. *Сикевич З. В.* Этнические парадоксы и культурные конфликты российского общества. СПб. : Изд-во СПбГУ, 2012. 207 с.
15. *Сикевич З. В.* Социальное бессознательное: социологический и социально-психологический аспекты / З. В. Сикевич, О. К. Крокинская, Ю. А. Поссель ; под ред. З. В. Сикевич. СПб. : Питер, 2005. 268 с.
16. Толерантность и культурная традиция / М. Ю. Мартынова, В. А. Тишков, Б. Х. Бгажноков [и др.] ; под. ред. М. Ю. Мартыновой. М. : Российский университет дружбы народов, 2002. 447 с.
17. *Триандис Г. К.* Культура и социальное поведение : учеб. пособие / Пер. В. А. Соснин. М. : Форум, 2007. 384 с.
18. *Шестопал Е. Б.* Восприятие зарубежных стран российскими гражданами // Общество. Коммуникация. Образование. 2020. Т. 11, № 4. С. 16–28. DOI: 10.18721/JHSS.11402.
19. *Barth F.* Ethnic Groups and Boundaries: The Social Organization of Culture Difference. Boston : Little, Brown and Co., 1969. 153 p.
20. *Bartolo M.* Multiple identities, social connection and social activism: An explicative model in migrant and Italian adolescents / M. Bartolo, R. Serividio and et al. // Ricerche Di Psicologia. 2020. Vol. 43, № 1. P. 121–43. DOI: 10.3280/RIP2020-001003.
21. *Bigler R.* Developmental Intergroup Theory: Explaining and reducing children's social stereotyping and prejudice / R. Bigler, L. S. Liben // Current Directions in Psychological Science. 2007. № 16 (3). P. 162–166. DOI: 10.1111/j.1467-8721.2007.00496.x.
22. *Cheng J. Y.* How long-distance nationalism shapes 'us' preferences of first-generation Taiwanese Americans // Current Sociology. 2021. February. № 10. DOI: 10.1177/0011392120983404. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0011392120983404> (дата обращения: 01.04.2021).
23. *De Vos G.* Ethnic pluralism: conflict and accommodation // Ethnic Identity: Cultural Continuity and Change / Ed. by G. de Vos, K. Romanucci Ross. Palo Alto (Cal.) : Mayfield, 1975. P. 1–25.

24. Konitzer T. Ethnocentrism versus group-specific stereotyping in immigration opinion: cross-national evidence on the distinctiveness of immigrant groups / T. Konitzer, S. Iyengar, N. Valentino, S. Soroka // *Journal of Ethnic and Migration Studies*. 2018. № 45 (7). P. 1051–1074. DOI: 10.1080/1369183X.2018.1431109.

25. Taşdemir N. Definitions of Turkish in-group boundaries: national participation and essentialism as predictors of inter-group attitudes in Turkey / N. Taşdemir, B. Öner-Özkan // *Nations and Nationalism*. 2015. № 22 (1). P. 143–164. DOI: 10.1111/nana.12145.

26. Wilson A. How variations in behavior and phenotype affect in-group stereotyping and belonging among African American adolescents and emerging adults // *Journal of Black Psychology*. 2020. № 31 (3). P. 237–253.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Сикевич Зинаида Васильевна – доктор социологических наук, профессор, Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия.

E-mail: sikevich@mail.ru

AuthorID РИНЦ: 71938

Федорова Анна Александровна – кандидат социологических наук, научный сотрудник, Санкт-Петербургский филиал Института истории естествознания и техники им. С. И. Вавилова РАН, Санкт-Петербург, Россия.

E-mail: an-f@list.ru

AuthorID РИНЦ: 933018

Дата поступления в редакцию: 20.07.2021. Принята к печати: 30.10.2021.

DOI: 10.19181/snsp.2021.9.4.8608

In-group and Out-group: Dynamics of the «Russia – West» Social Distance Online and Offline

The article was prepared with the financial support of the RFBR.

Grant No. 19-011-00219 «A Model of Interrelation Between Online and Offline Ethnicity»

Zinaida F. Sikevich¹, Anna A. Fedorova²

¹Saint Petersburg State University.

1/3 Smolny str., St. Petersburg, 191060

²S. I. Vavilov Institute for the History of Science and Technology of the RAS, St. Petersburg Branch. Universitetskaya emb., 5, litera B, St. Petersburg, 199034

For citation: Sikevich. Z. F., Fedorova A. A. (2021). In-group and out-group: dynamics of the «Russia – West» social distance online and offline. *Sociologicheskaja nauka I social'naja praktika*. Vol. 9, № 4. P. 78–97. DOI: 10.19181/snsp.2021.9.4.8608

Abstract. The article reveals a theoretical and empirical study of the social distance symbolic scale expressing “in-group” – “out-group” perceptions, expressed in the oppositions “Russia” – “West”, “Russian men – Western men”. According to our observations, the opposition has a negative connotation, which is expressed in a system of geopolitical and mental biases. Through systematic analysis of the geopolitical and mental distancing phenomenon, a complementary system for evaluating individual and collective representations of Russian-speaking respondents in real and virtual spaces is proposed. The authors conducted a controlled Internet survey of 600 people based on a quota sample by gender, age,

and level of education; the structure of the sample allowed for a comparative study in the form of a non-reactive study within 10 largest ethnic Russian communities of the social network “VKontakte”. As a result of a comprehensive study, it is established, in particular, that the opposition “Russia – West” is unchanged in the historical perspective from 1995 to 2020 and shows negative dynamics, over time acquiring the traits of an increasingly tough confrontation. Economic perceptions of the West’s attitude towards Russia are replaced mainly by the geopolitical perception of relations, due to the dominant “power” attitudes of the survey participants. As it turned out on an empirical level, the system of traditional values inherent in Russian society is opposed to Western postmodern values, and the image of the state at the level of value representations directly correlates with the image of the people, whose perception, along with geopolitics, is influenced by various cultural norms that distinguish Russians from Europeans. The gender and age characteristics of the survey participants determine the content of the answers to a minimal extent, which indirectly indicates the integrity of the image of the West at the level of the national identity of Russians.

Keywords: social distance; symbolic scale; prejudice; geopolitical representation; mental representation; social attitude; traditional value; cultural norm; gender and age characteristics, national identity

REFERENCES

1. Arutyunyan Yu. V., Drobizheva L. M., Susokolov A. A. (1999). *Etnosotsiologiya*. [Ethnosociology]. M. : Aspekt-press publ. 272 p. (In Russ.).
2. Blumer G. (2017). Simvolicheskii interaktsionizm. Perspektiva i metod. [Symbolic interactionism. Perspective and method]. M. : Elementarnye formy publ. (In Russ.).
3. Drobizheva L. M. (2011). Rossiiskaya identichnost' i tendentsii v mezhetnicheskikh ustanovkakh za 20 let reform. [Russian identity and trends in interethnic relations over 20 years of reforms]. *Rossiia reformiruyuschiyasya : Ezhegodnik-2011*. Ed. by M. K. Gorshkov. Vyp. 10. M. ; SPb. : Institut sotsiologii RAN ; Nestor-Istoriya publ. P. 72–85. (In Russ.).
4. Evgen'eva T. V., Smul'kina N. V., Tsymbal I. A. (2020). Mesto Rossii v mire v vospriyatii ryadovykh grazhdan: identifikatsionnoe izmerenie. [The place of Russia in the world in the perception of ordinary citizens: an identification dimension]. *Polis. Politicheskie issledovaniya*. № 4. P. 181–191. DOI: 10.17976/jpps/2020.04.13. (In Russ.).
5. Zimmel' G. (2017). *Izbrannoe. Problemy sotsiologii*. [Favorites. Problems of sociology.]. M. ; SPb. : Tsentr gumanitarnykh initsiativ publ. 416 p. (In Russ.).
6. *Identichnost' i tolerantnost'*. (2002). [Identity and tolerance]. Ed. by N. M. Lebedeva. M. : Institut etnologii i antropologii im. N. . Miklukho-Maklaya RAN publ. 416 s. (In Russ.).
7. Levkovich V. P., Andruschak I. B. (1995). Etnotsentrizm kak sotsial'no-psikhologicheskii fenomen (na materiale etnicheskikh grupp Uzbekistana). [Ethnocentrism as a socio-psychological phenomenon (based on the material of ethnic groups of Uzbekistan)]. *Psikhologicheskii Zhurnal*. Vol. 16, № 2. P. 70–81. (In Russ.).
8. Matsumoto D. *Psikhologiya i kul'tura*. (2003). [Psychology and culture.]. M. ; SPb. : Piter publ. 416 p. (In Russ.).
9. Mid D. G. (2009). *Izbrannoe : Sb. perevodov*. [Favorites: collection of translations]. Ed. by D. V. Efremenko. M. : INION RAN publ. 290 p. (In Russ.).
10. Olport G. (2003). Tolerantnaya lichnost'. [Tolerant personality]. *Vek tolerantnosti*. № 6. P. 39–50. (In Russ.).
11. Psikhologiya politicheskogo vospriyatiya v sovremennoi Rossii : materialy kruglogo stola. (2013). [Psychology of political perception in modern Russia: materials of the round table]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 12. Politicheskie nauki*. № 6. S. 106–126. (In Russ.).
12. Ryzhova S. V. (2011). *Etnicheskaya identichnost' v kontekste tolerantnosti*. [Ethnic identity in the context of tolerance.]. M. : Al'fa-M publ. 280 p. (In Russ.).
13. Sikevich Z. V. (2018). Etnicheskie predubezhdeniya kak osnova proyavleniya intolerantnosti. [Ethnic prejudices as the basis for the manifestation of intolerance]. *Gumanitarii Yuga Rossii*. Vol. 7, № 2. P. 36–53. DOI: 10.23683/2227-8656.2018.2.3. (In Russ.).

14. Sikevich Z. V. (2012). *Etnicheskie paradoksy i kul'turnye konflikty rossiiskogo obschestva*. [Ethnic paradoxes and cultural conflicts of Russian society.]. SPb. : SPbGU publ. 207 p. (In Russ.).
15. Sikevich Z. V., Krokinskaya O. K., Possel' Yu. A. (2005). Sotsial'noe bessoznatel'noe: sotsiologicheskii i sotsial'no-psikhologicheskii aspekty. [Social unconscious: sociological and socio-psychological aspects]. Ed. by Z. V. Sikevich. SPb. : Piter publ. 268 p. (In Russ.).
16. Tolerantnost' i kul'turnaya traditsiya. (2002). [Tolerance and cultural traditions]. Ed. by M. Yu. Martynovoi. M. : Rossiiskii universitet druzhby narodov publ. 447 p. (In Russ.).
17. Triandis G. K. (2007). Kul'tura i sotsial'noe povedenie. [Culture and social behavior]. M. : Forum publ. 384 p. (In Russ.).
18. Shestopal E. B. (2020). Vospriyatie zarubezhnykh stran rossiiskimi grazhdanami. [Perception of foreign countries by Russian citizens]. *Obschestvo. Kommunikatsiya. Obrazovanie*. Vol. 11, № 4. P. 16–28. DOI: 10.18721/JHSS.11402. (In Russ.).
19. Barth F. (1969). *Ethnic Groups and Boundaries: The Social Organization of Culture Difference*. Boston : Little, Brown and Co. 153 p.
20. Bartolo M., Serividio R. et al. (2020). Multiple identities, social connection and social activism: An explicative model in migrant and Italian adolescents. *Ricerche Di Psicologia*. Vol. 43, № 1. P. 121–43. DOI: 10.3280/RIP2020-001003.
21. Bigler R. Liben L. S. (2007). Developmental Intergroup Theory: Explaining and reducing children's social stereotyping and prejudice. *Current Directions in Psychological Science*. № 16 (3). P. 162–166. DOI: 10.1111/j.1467-8721.2007.00496.x.
22. Cheng J. Y. (2021). How long-distance nationalism shapes 'us' preferences of first-generation Taiwanese Americans. *Current Sociology. February*. № 10. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0011392120983404> (date of access: 01.04.2021). DOI: 10.1177/0011392120983404.
23. De Vos G. (1975). Ethnic pluralism: conflict and accommodation. *Ethnic Identity: Cultural Continuity and Change*. Ed. by G. de Vos, K. Romanucci Ross. Palo Alto (Cal.) : Mayfield. P. 1–25.
24. Konitzer T., Iyengar S., Valentino N, Soroka S. (2018). Ethnocentrism versus group-specific stereotyping in immigration opinion: cross-national evidence on the distinctiveness of immigrant groups. *Journal of Ethnic and Migration Studies*. № 45 (7). P. 1051–1074. DOI: 10.1080/1369183X.2018.1431109.
25. Taşdemir N., Öner-Özkan B. (2015). Definitions of Turkish in-group boundaries: national participation and essentialism as predictors of inter-group attitudes in Turkey. *Nations and Nationalism*. № 22 (1). P. 143–164. DOI: 10.1111/nana.12145.
26. Wilson A. (2020). How variations in behavior and phenotype affect in-group stereotyping and belonging among African American adolescents and emerging adults. *Journal of Black Psychology*. № 31 (3). P. 237–253.

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Sikevich Zinaida Vasil'evna, Doctor of Sociology, Professor, Saint Petersburg State University. St. Petersburg, Russia.

E-mail: sikevich@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-6680-6045

ResearcherID: G-8325-2015

Scopus AuthorID: 22938786500

Fedorova Anna Aleksandrovna, Candidate of Sociology, S. I. Vavilov Institute for the History of Science and Technology of the RAS, St. Petersburg Branch, St. Petersburg, Russia.

E-mail: an-f@list.ru

AuthorID РИНЦ: 933018

ORCID ID: 0000-0003-3599-2807

ResearcherID: K-8113-2017

The article was submitted on July 20, 2021. Accepted on October 30, 2021.