

Патарая Георгий Геннадьевич

аспирант кафедры государственной политики и государственного управления  
Кубанского государственного университета  
pataraiageorge@mail.ru

## ВОСПРИЯТИЕ ИМИДЖА РОССИИ СОВРЕМЕННОЙ ГРУЗИНСКОЙ МОЛОДЕЖЬЮ

---

**Аннотация:**

*В статье рассматриваются проблемы восприятия имиджа России грузинской молодежью на материалах фокус-групповых интервью, проведенных в г. Тбилиси в 2010 г. Автор анализирует комплекс факторов, оказывающих влияние на формирование и восприятие имиджа России.*

*Ключевые слова: имидж России, грузинская молодежь, российско-грузинские отношения, механизмы формирования имиджа.*

---

Имидж государства играет важнейшую роль в международных отношениях, укреплении политических и экономических связей с иностранными государствами: позитивный имидж страны способствует проведению желаемого внешнеполитического курса, привлечению иностранных инвестиций, а значит, экономическому росту, тогда как негативный имидж служит серьезным препятствием на пути интеграции государства в мировую экономику, упрочнения его положения на международной арене. Четче всего сформированы имиджи государств, имеющих общую границу: на протяжении всей истории они вступают в какие-либо отношения – торгуют, ведут войны, образуют коалиции и т.д. Данные взаимоотношения ложатся в основу имиджа «государства – доброго соседа» или «государства – врага».

На восприятие другого государства существенное воздействие оказывает конфессиональный фактор: общая религия помогает понять основополагающие ценности чужой культуры, тогда как различные религиозные верования значительно усложняют этот процесс. Кроме того, большую роль в формировании имиджа играет принадлежность/непринадлежность к одной и той же группе языков: если языки близки, то проще понять другую страну, так как языковые картины мира также будут близки. В случае принадлежности языков к разным группам или даже семьям, языковые картины мира сильно отличаются, вследствие чего многие явления в жизни иностранного государства не поддаются рациональному толкованию [1].

Имидж может по-разному восприниматься различными социально-демографическими группами, это зависит не только от целенаправленных усилий по его формированию, но и от больших различий в жизненных практиках, профессиональных, культурных или конфессиональных различий. Молодёжь – это социально-демографическая группа, выделяемая на основе совокупности возрастных характеристик, особенностей социального положения [2, с. 375]. По данным Национального статистического комитета Грузии (Грузстат), доля молодежи в возрасте от 15 до 30 лет на первое января 2010 г. составляет 1 047,7 тыс. молодых граждан – 23,6 % от общей численности населения страны (4436,4 тыс.). В том числе мужчин – 530,3 тыс. (25,1 %), женщин – 517,4 (22,2 %). Из них учатся – 219 118 человек (21 %), работают – 394,3 тыс. (37,6 %) [3].

На формирование имиджа России у современной грузинской молодежи влияют прежде всего сложившийся исторический опыт, социально-экономические факторы, деятельность СМИ.

Следует отметить, что исторические события, происходившие между Россией и Грузией, оставили свой след в формировании нынешнего имиджа Российской Федерации. Это своего рода «стигмы» в массовом сознании, причем поддерживаются они современной системой образования через учебники. Так, после подписания Георгиевского тракта, «Грузия вздохнула и «расправилась в плечах». Россия стала её гарантом стабильности и развития» [4, с.166]. Однако, «после упразднения грузинского государства и присоединения его к Российской империи, грузинский народ не примирился с потерей своей государственности и в течение почти двух веков самоотверженно боролся за свою независимость и восстановления национальной государственности» [5, с. 115]. Начиная с XX в. и по сей день, отношение к России все больше становилось негативным. Тому послужили потеря независимости (1918-1921 гг.) и «установления российского оккупационного режима» [6, с. 85]. События 9 апреля 1989 г., этнополитические конфликты, разразившееся на территории Грузии, смена власти («Революция роз») и соответственно курса развития страны с «северного» на «западный» (Евросоюз, НАТО) [7, с. 15-323], «пятидневная» война 2008 г. – интерпретация этих событий, безусловно, оказали и оказывают негативное влияние на формирование имиджа России у грузинской молодежи.

Особо следует отметить экономические взаимоотношения между странами. В данной сфере имидж государства в известной степени влияет прежде всего на то, насколько охотно власти Грузии допускают российские компании на грузинский рынок. Но после запрета на ввоз грузинской продукции (вина, минеральных вод и цитрусовые) на российский рынок, на грузинском рынке практически не осталось российской продукции. Она была заменена украинской, европейской, турецкой и т.д.

По данным Грузстата удельный вес работающей молодежи в возрасте от 15 до 30 лет, на конец 2008 г. составляет 20 %, в 2009 г. – 19,8 %. Из них мужское население составило в 2008 г. 53,6 %, а в 2009 г. – 53, 8 %; женское – 46,4 % и 46,2 % соответственно. При этом в городах работающая молодежь составляет в 2008 г. 43,2 %, а в 2009 г. 43 %; в сельской местности 56,8 % и 57 % соответственно [8]. При этом уровень безработицы в 2009 г. составил 16,9 %, по сравнению с 16,5 % и 13,3 % в 2008-2007 гг. соответственно [9].

На грузинском рынке труда молодежи складываются две противоположные тенденции. В одних сферах деятельности молодым людям трудоустроиться на работу практически невозможно (юриспруденция, аудит), так как они не обладают глубокими профессиональными знаниями. Зато в других областях (торговля, маркетинг, информационно-вычислительное обслуживание) их молодость, энергичность весьма положительно воспринимаются нанимателями, и молодежи отдается предпочтение.

На формирование имиджа России у грузинской молодежи оказывают влияния средства массовой информации, которые являются одним из основных источников получения информации. По данным исследования, проведенного Кавказским исследовательским ресурс-центром, большинство респондентов (80 %) при получении различного рода информации, отдают предпочтение телевидению, 29 % – газетам, 27 % – друзьям и соседям. Нужно отметить, что частота упоминания газет, друзей и соседей в 2,5 раза меньше чем телевидение. Кроме этого, возможно, что соседи и друзья, которые делятся с респондентами полученной информацией, сами являются потребителями средств массовой информации [10].

Здесь же надо отметить, что по данным вышеупомянутого исследования, только у 14 % населения проведено кабельное телевидение и у 8 % установлены спутниковые «тарелки». Также надо отметить, что по данным на 2009 г., Кавказского исследовательского ресурс центра, в Грузии владеют компьютером в возрасте от 18-38 лет – 44 % населения, от 39-59 лет – 18 %, от 60 и выше – 4 %. Каждый день в интернет выходит 12 %, в неделю 5-6 раз – 2%, в неделю 3–4 раза – 3%, в неделю 1-2 раза – 3 %, редко – 6 %, никогда – 72 %, не знает/нет ответа – 1 %.

Таким образом, можно сделать вывод, что для молодежи главным источником информации остаются грузинские телеканалы, где доминирует грузинская точка зрения на происходящее.

Получение негативной информации, о том или ином событии, которое освещается средствами массовой информации, отрицательно влияет на общественное мнение по отношению к нему и стране, где оно произошло.

По данным нашего исследования [11], отношения между Грузией и Россией в настоящее время респонденты охарактеризовали как: «натянутые», «обостренные», «враждебные», «напряженные», «ужасные», «тяжелые». По мнению респондентов, вина за такое состояние отношений лежит на политиках двух стран, которые не всегда учитывают мнения своих граждан и географическое расположение России и Грузии. «Ненормальное отношение нашего правительства к российскому. Поэтому агрессия потом переходит на простых людей. А простым людям, грузинскому и российскому народу делить нечего» (девушка, студентка, 18 лет). Во всех фокус-группах не нашлось ни положительных, ни нейтральных оценок отношений.

Механизмы формирования и распространения имиджа России у грузинской молодежи можно разделить на две группы: стихийные (спонтанные) и целенаправленные. К стихийным респонденты относят общение со сверстниками в интернете (чаты и различные социальные сайты), различные средства массовой информации (электронные и печатные), друзья и знакомые, проживающие в различных городах России. Знакомство с русской культурой через книги (поэзия, проза, рассказы), просмотр российских фильмов и сериалов. «Люди, с которыми я познакомился через Интернет, они стали не то чтобы друзьями, но хорошими моими знакомыми, которые могут помочь в любой момент» (юноша, школьник, 17 лет).

Целенаправленными механизмами, по мнению участников фокус-групп, являются: государственная антироссийская пропаганда, социализация в системе образования (издание и использование новых учебников по истории с тенденциозными оценками российско-грузинских отношений), направление на обучение по магистерским программам в США и Европу, что приводит к разрыву взаимосвязей между молодежью двух стран. Так, по данным исследования, проведенного фондом «Наследие Евразии», доля грузинского населения, свободно владеющего русским языком, не превышает 30 %. А из 171 школы с русским языком обучения осталось 59. [12, с. 111].

Что касается особенностей восприятия имиджа Российской Федерации различными группами грузинской молодежи, то среди школьников и студентов доминируют негативные оценки притом, что высказываются и позитивные мнения. Негативные оценки отнесены к таким структурным компонентам имиджа России, как внешнеполитическая деятельность, политические элиты, СМИ. «И у русского, и у грузинского правительства есть в руках медиа, с помощью которой они влияют на мнения граждан. Потому и в России считают, что грузины, мы вот такие вот жестокие, что мы готовы на свой же народ нападать. А здесь в Грузии мы считаем, что русские это оккупанты, у которых нет ничего человеческого» (юноша, школьник, 16 лет). Часть респондентов даже наотрез отказалась участвовать в интервью, узнав тему исследования, мотивация отказа была следующей: «Мы не должны забывать о том, что из-за России многие наши предки и друзья погибли сейчас» (девушка, студентка, 21 год).

Позитивные оценки связаны прежде всего с российской системой образования. Многие молодые люди готовы при первой же возможности, если она у них появится, поступить или перевестись в российские вузы для продолжения своей учебы. «С удовольствием бы поехала в Россию и училась бы там. Моя мечта поступить в МГУ» (девушка, студентка, 18 лет). У некоторых респондентов родственники и друзья проживают на российской территории, что оказывает положительное влияние на их мнение. Они ездят друг другу в гости, у них есть возможность сравнивать точки зрения и полагаться не только на источники государственной пропаганды. «У меня есть друзья, они приезжают каждое лето, и тетя у меня в Москве живет. У меня почти все родственники проживают в России» (юноша, студент, 21 год).

Проведенное исследование показывает, что негативный образ России в грузинском обществе складывался на протяжении многих постсоветских лет. «Почему-то все думают, что грузины изменили свои взаимоотношения и взгляд именно после этой войны. Правда, так думали, но сказали только сейчас. Почему-то все думают, что вот после этой войны что-то мы обозлились. Но это не так» (юноша, студент, 19). А те отношения, «тупиковые», которые сложились за последние несколько лет, были вызваны сменой власти в Грузии после «революции роз», приходом Саакашвили и развязанной войной между Грузией и Россией. Молодое поколение, политическая социализация которого происходила в период действующего политического режима, в наибольшей степени оказалось объектом воздействия «новаций» в системе образования и государственной антироссийской риторики.

Таким образом, для формирования положительного имиджа России в Грузии, необходимо определить цели и задачи, основные векторы имиджевой политики России относительно различных целевых групп на территории Грузии. Структурным стержнем имиджа России, на наш взгляд, должен стать образ надежного соседа, рассматривающего Грузию и другие государства Южного Кавказа в качестве равноправных стратегических партнеров. Также необходимо делать акцент на общее культурное наследие, позитивный опыт совместного исторического развития двух братских народов, развивать разнообразные молодёжные обмены, в том числе образовательные, проекты народной дипломатии.

#### **Ссылки и примечания:**

1. Ильин М.В. Проблемы формирования «острова Россия» и контуры его внутренней геополитики // Вестник Моск. Ун-та. Сер. 12. Политические науки, 1995. № 1.
2. Кон И.С. Молодежь // Философский энциклопедический словарь. М., 1989.
3. Национальный статистический комитет Грузии. URL: <http://www.geostat.ge>.
4. История Грузии. Учебник для IX-XI классов / под ред. Н. Бердзенишвили. Тбилиси, 1963. (на груз. яз.).
5. Асатиани Н. История Грузии. Учебник для IX класса. Тбилиси, 1998. (на груз. яз.).
6. История Грузии. XX век. Учебное пособие для студентов исторического факультета / под ред. В. Гурули. Тбилиси, 2003. (на груз. яз.).
7. Силогава В., Шенгелия К. История Грузии. С древнейших времен и «революции роз» включительно. Тбилиси, 2007. (на груз. яз.).
8. Распределение численности занятых в экономике, работоспособного населения в городе (на селе), в 1998-2009 г. URL: [http://www.geostat.ge/cms/site\\_images/\\_files/georgian/labour/new/3\\_ek\\_status\\_%20qalaq-soflis%20mixedviT.xls](http://www.geostat.ge/cms/site_images/_files/georgian/labour/new/3_ek_status_%20qalaq-soflis%20mixedviT.xls).
9. Занятость и безработица в Грузии. URL: [http://www.geostat.ge/?action=page&p\\_id=145&lang=geo](http://www.geostat.ge/?action=page&p_id=145&lang=geo).
10. Кавказский исследовательский ресурс-центр. URL: <http://www.crrc.ge>.
11. Нами были проведены пять фокус-групп (Грузия, г. Тбилиси, февраль-март 2010 г.). Одна со старшеклассниками, три со студентами различных вузов и одна со старшим поколением. В исследовании участвовали 17 мужчин и 19 женщин. В возрасте от 16 до 58 лет.
12. Русский язык в новых независимых государствах: результаты комплексного исследования. М., 2008.