

МАЛОЕ ДВИЖЕНИЕ В ПРАВИЛЬНОМ НАПРАВЛЕНИИ

Отчет о проведении опроса общественного мнения среди жителей
повятов, охваченных программой малого приграничного движения



Варшава 2013

Отчет по изучению общественного мнения

МАЛОЕ ДВИЖЕНИЕ В ПРАВИЛЬНОМ НАПРАВЛЕНИИ

Отчет о проведении опроса общественного мнения
среди жителей повятов, охваченных программой
малого приграничного движения

Варшава 2013

ЦЕНТР
ПОЛЬСКО-РОССИЙСКОГО
ДИАЛОГА И СОГЛАСИЯ

Отчет по изучению общественного мнения

Анализы и доклад: ARC Rynek i Opinia

© Copyright by Centrum Polsko-Rosyjskiego Dialogu i Porozumienia 2013

Перевод: Лариса Трыбус

Графический проект и печать: Studio 27 (www.studio27.pl)

Фотография на обложке: Mariusz Niedzwiedzki – Fotolia.com

ISBN 978-83-64486-06-7

Издатель

Центр польско-российского диалога и согласия

ул. Ясна 14/16А, 00-041 Варшава

тел.: + 48 22 295 00 30

факс: + 48 22 295 00 31

эл. почта: cprdip@cprdip.pl

<http://www.cprdip.pl>

Содержание

■ Информация об исследовании	4
■ Вступление	5
■ Контакты с гостями из России: факты	
1. Едут гости, едут... за покупками	8
■ Контакты с гостями из России: впечатления и оценки	
2. Рядом, но не вместе	17
■ Воздействие посещений россиян на жизнь местной общественности	
3. Взаимная выгода	25
■ Заинтересованность посещением Калининградской области / России, впечатления о пребывании	
4. Односторонний путь	28
■ Общая оценка и перспективы развития польско-российских взаимоотношений	
5. Нужно время, но направление правильное	32
■ Приложение – Кейс стади	33

Информация об исследовании

В рамках польской части исследования были проведены:

1. Качественные исследования методом «разведки на местах», проведенных группой четырех исследователей. Они провели 3 дня в агломерации Труймяста (Гданьск, Гдыня, Сопот) и 3 дня в городах Бартошице, Безледы и Лидзбарк Варминьски, наблюдая и документируя следы присутствия россиян в этих местах. В рамках «разведки» было проведено около 50 интервью с представителями различных групп – с жителями, с представителями органов местного самоуправления, предпринимателями и представителями местной элиты.

2. Опросы по телефону с компьютерной поддержкой (CATI) на выборке 1000 взрослых поляков. Использовался метод случайного выбора опрашиваемых, группа отражает популяцию жителей повятов, охваченных малым приграничным движением, по следующим признакам:

пол, возраст, образование, величина местности и повят.

Исследование было проведено в августе (качественные исследования) и в сентябре (количественные исследования) 2013 года.

В некоторых местах данного отчета мы приводим результаты всепольского исследования, посвященного польско-российским отношениям, проведенного осенью 2012 г. по заказу Центра польско-российского диалога и согласия.

В приложении к отчету мы дополнительно представляем несколько так наз. кейс-стади. Предметом каждого из них является особенно интересный случай (люди, фирмы, учреждения), замеченный исследователями и отображающий практическую сторону польско-российских отношений в реалиях малого приграничного движения.

Вступление

Сложно найти лучшую лабораторию социальных перемен, чем ситуация, которая сложилась в тех повятах Вармии, Мазур и Поморья, которые образуют зону малого приграничного движения (МПД) с Калининградской областью Российской Федерации. Последний отрезок государственной границы РФ перестал быть

только барьером в контактах с соседней страной. В контексте сложных взаимоотношений между Польшей и Россией опыт, вытекающий из этого специфического эксперимента, каким являются облегчения в пересечении польско-российской границы, трудно переоценить.

Рисунок 1.¹ Малое приграничное движение функционирует в следующих повятах:

Поморское воеводство: повяты: пуцкий, г. Гдыня, г. Сопот, г. Гданьск, гданьский, новодворский, мальборский. Варминско-мазурское воеводство: повяты: г. Эльблонг, эльблонгский, браневский, лидзбарский, бартошицкий, г. Ольштын, ольштынский, кентшинский, мронговский, венгожевский, гижицкий, голдапский, олецкий. Общее количество жителей, проживающих на этой территории, по данным ГСУ от 2011 года, составляет 1 918 536.



¹ Источник: <http://www.emn.gov.pl/esm/aktualnosci/9181,Ratyfikacja-przez-Polske-Umowy-o-malym-ruchu-granicznym-z-Federacja-Rosyjska.html>; 3.10.2013.

Изучение мнения жителей повятов, входящих в зону МПД, было проведено через год с момента вступления в силу новых правил пересечения границы. В представленном отчете подводятся выводы двух частей исследования: этнографических качественных исследований в Гданьске, Бартошицах, Безледах и Лидзбарке Варминском, а также телефонного опроса выборки n=1000 жителей зоны МПД. Некоторые результаты телефонного опроса дополнительно сравнивались с данными всепольского исследования, посвященного польско-российским отношениям, которые проводились Центром СВOS по заказу ЦПРДиС.

Наиболее важная информация, которая следует из проведенных исследований (и которую подтверждают официальные статистические данные о МПД), следующая: **упрощенная процедура пересечения границы вызвала массовые приезды в Польшу гостей из России, при ничтожном движении в противоположном направлении.** Эта асимметрия использования возможностей, которые дает МПД, обусловлена несколькими причинами:

▶ экономические реалии – прежде всего, годы покупок. Цены (и их соотношение с качеством) товаров и услуг в Польше очень привлекательны для россиян. Покупкам в Польше содействует более богатый выбор в магазинах, более высокий уровень обслуживания и другие факторы, привлекающие потребителей. С точки зрения поляков, посещающих Калининградскую область, картина там совершенно обратная.

▶ зона МПД с польской стороны может предложить также разнообразные туристические и культурные мероприятия. В первую очередь это относится к Сопоту, Гданьску и Гдыне, а также мазурскому поозерью, куда массово приезжают россияне не только за покупками. В свою очередь поляки, имеющие право воспользоваться благдеяниями МПД, не уверены, что с российской стороны границы они

могут рассчитывать на аналогичные предложения в области туризма.

▶ немаловажен также факт, что в зоне МПД с польской стороны очутились те повяты, где экономическую и социальную ситуацию нельзя назвать очень положительной (это относится, прежде всего, к варминско-мазурскому региону – высокий уровень безработицы, низкие доходы). Это не благоприятствует возможности туристических поездок в соседнюю страну.

▶ следует также отметить, что облегчения в поездках в Калининградскую область являются мнимыми, особенно для жителей повятов, расположенных далеко от Гданьска, где находится ближайшее российское консульство. Если бы документы, необходимые для пересечения границы в рамках МПД, можно было бы оформить на погранпереходах, это, несомненно, повлияло бы на увеличение массовости поездок польских граждан. Кроме всего, полякам, привыкшим к тому, что в большинство стран Европы можно ехать без виз, а в некоторые даже только с внутренним паспортом, облегчения, предлагаемые в рамках МПД, не кажутся особенно привлекательными – иначе, чем для российских граждан, вынужденных оформлять визы во все страны Шенгенской зоны.

Эта заметная асимметрия посещений и заинтересованности не означает, что ситуация, созданная МПД, перестает быть интересной для социолога. Наоборот – у нас есть возможность наблюдения за первым этапом непосредственных контактов между поляками и россиянами в таком большом масштабе. Этап, в котором превалировал экономический контекст, что кажется вполне естественным явлением в течение первого года после введения упрощений.

Представленные исследования показывают, что поляки и россияне, массово сталкивающиеся друг с другом на улицах Труймяста, Ольштына или Бартошиц, смотрят друг на друга не только через «национальную» и «историческую» призму, которая преобладает в мыш-

лении всех поляков об отношениях с Россией. Появляется совершенно новый потребительский контекст. Россияне приезжают в Польшу, прежде всего, как клиенты, делающие покупки, пользующиеся услугами ресторанов, кафе, гостиниц, посещающие музеи и достопримечательности. Вдобавок приезжают с набитыми кошельками, зачастую на машинах класса люкс. Это источник благоприятного – с перспективой польских фирм – оживления, а также новое социальное явление, поскольку раньше контактов с гостями из России в этом регионе не было вообще, или же в этих контактах появлялся совершенно иной образ россиян.

Как кажется, это новая ситуация для обеих сторон, которые присматриваются друг к другу с неведомой ранее заинтересованностью. Представленный отчет, особенно его фрагменты, почерпнутые из этнографического исследования, содержит многочисленные комментарии жителей зоны МПД, сформулированные ими в результате наблюдений за россиянами и контактов с ними после декад фактической изоляции. Исследование показывает также, насколько массовое присутствие россиян-потребителей изменило пейзаж городов и городков в зоне МПД: Бартошице и Ольштын ста-

ли городами дисконт-магазинов и супермаркетов в огромном масштабе, информация на русском языке появляется во многих магазинах и сервисах. Знание русского языка начинает становиться ценной компетенцией на местном рынке труда.

Эта новая перспектива восприятия россиян как потребителей и туристов еще не вытеснила, однако, из общественного сознания устоявшиеся эмоции и оценки, которые были сформированы историческим опытом. Повседневные, массовые, но пока еще неглубокие и не особо персональные контакты с российскими гражданами, еще не переросли в прочное и заметное изменение их образа в польском сознании. В отчете мы формулируем тезис, что мнение о россиянах «улучшается при более близком знакомстве». Только личное знакомство с конкретным россиянином/россиянкой, а не поверхностный контакт при покупках или прогулке по городу, положительно влияет на мнение о россиянах и России. Поэтому можно сказать, что мы находимся на первом, предварительном этапе построения непосредственных контактов. Они должны перейти из «потребительской фазы» в фазу более глубоких межчеловеческих отношений.

Контакты с гостями из России: факты

1. Едут гости, едут... за покупками

График 1.1. Контакт с гостями из России

Заметили ли Вы в течение последних 30 дней присутствие гостей из России?

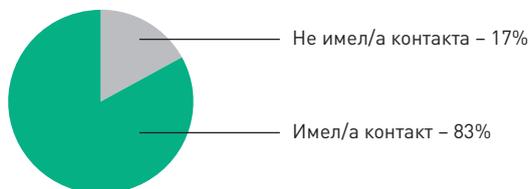
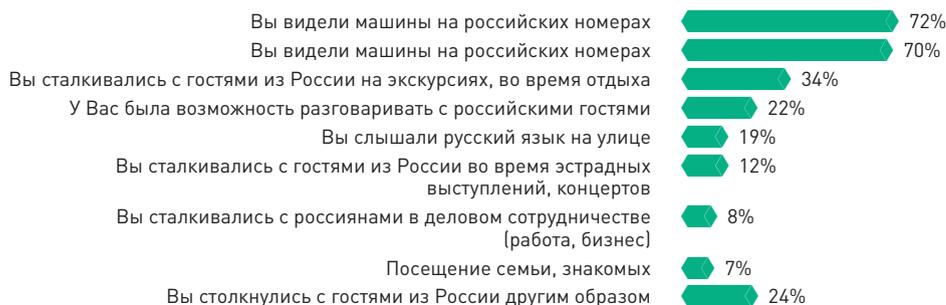


График 1.2. Тип контакта

В течение последних 30 дней:



83% опрошенных таким или иным образом отметило присутствие гостей из России в течение последних 30 дней. Это подтверждают беседы с жителями и другими актерами, проведенные в рамках этнографической части проекта. Очень четко можно заметить, что за время с момента открытия Малого приграничного

движения чаще можно встретить россиян, пересекающих польскую границу.

► Мы отметили девятикратное увеличение числа гостей из России, которые пользуются различными услугами бюро туристической информации (Управление города Бартошице)

► Их приезжает больше с момента открытия границы, тогда действительно можно было увидеть, что у них есть возможность сюда приехать. (Магазин с польской косметикой, Гданьск)

Что интересно, жители Гданьска на вопрос о более частых приездах россиян не всегда в состоянии указать на упрощения в пересечении границы. В этнографической части исследования появились предположения, касающиеся облегчений в приграничном движении:

► Я здесь уже несколько лет и думаю, что в последнее время здесь больше туристов из России. В сумме не знаю, почему. Может сейчас легче стал доступ к визам, им же к нам наверно, нужны визы. Мне трудно сказать, но в последние годы, а точнее, в течение последнего года россияне решительно больше. (Музей янтаря, Гданьск)

Другие респонденты указывали на возрастающую активность польских фирм (главным образом, пассажирский транспорт), направленную на увеличение количества приездов гостей из России:

► Уже какое-то время, с тех пор, когда польские фирмы начали организовывать поездки сюда для россиян, их очень много. Здесь есть такие польские фирмы, которые организуют именно такие поездки за покупками. Фирмы отправляют в Калининград три-четыре автобуса, там забирают россиян и привозят сюда. (Торговый центр, магазин с брендовой одеждой, Гданьск)

Другие же респонденты отмечали выгодное для россиян коммерческое предложение, как в области товаров и услуг, так и туризма. Для гостей из Калининградской области привлекательны цены, соотношение этих цен с качеством, уровень и разнообразие предложений, уровень обслуживания. Они могут также воспользоваться возвратом НДС, что немаловажно при крупных покупках (мебель, электротовары).

► В этом году приходило сюда много людей из России. В прошлом году тоже приходили, но

в этом мы видим их больше. Не знаю, почему, но вообще здесь в Труймасто все больше россиян. Может это связано с ценами? Здесь для них дешевле. (Музей города Сопота)

► Их больше, это изменилось за последний год. С момента облегчения пересечения границы и введения закона о tax free. Дело в том, что иностранцы, проживающие за пределами Европейского Союза, которые что-то покупают в Польше или другой стране ЕС, могут получить возврат НДС. Это хороший стимул. (Аутлет брендовой обуви, окрестности Гданьска)

Польско-российские контакты приобретают при этом самую разнообразную форму. Естественно, реже они имеют непосредственный характер (например, разговоры с гостями из России – 22% упоминаний в опросе, профессиональное и деловое сотрудничество – 8%). Повсеместно (72%) замечаются автомобили с российскими номерными знаками (часто они определяются не только по номерам, но и по высокому классу), заметны прогуливающиеся или делающие покупки россияне (70%), на экскурсиях или на отдыхе (34%). Перемены можно легко заметить в окружении жителей: в приграничных местностях открываются новые магазины (4 дисконт-магазина только в Бартошицах), легко можно заметить двуязычные вывески в витринах магазинов, меню в ресторанах и подобные приглашения для российских гостей.

► Россияне, которые приезжают в Гданьск? Ну, они богатые. Это видно по тому, на каких машинах они ездят, например, Q7, мерседесы, ну всякие, большинство ездит на дорогих машинах. В плохих я их никогда не видел. Но приезжают также на автобусах Калининграда, такие тоже есть. (Таксист, Гданьск)

► Благодаря россиянам мы также некоторые вещи немного изменяем в своем сознании, и, например, для них уже иногда открываются магазины в воскресенье, для них эти магазины работают дольше, думаю, что это лучше и для нас. (Управление города Бартошице)

Рисунок 2. Информация о возможности получить возврат НДС, доступная во многих магазинах и торговых центрах.

Refund Points

POLAND

Warszawa-Madlin Airport
Currency Express
Landside Arrivals

Warszawa-Okęcie Airport
Currency Express
Terminal 2, Departures
Terminal 2, Air side

Kraków-Balice Airport
Currency Express

Poznań-Ławica Airport
Currency Express

Gdańsk - Ryblechowo Airport
Intercash

DOWNTOWN

Gdańsk
Currency Express
Złota/Karczma Str. 26/Matarnia

Białe Poleskie
Olga Kulakowska
Jana III Sobieskiego Str. 2/Bricoman

Białystok
Olga Kulakowska
Produkcyjna Str. 86/LeroyMerlin
Hetmańska Str. 16/LeroyMerlin

Mińsk (Belarus)
GRC Customer Service- KOCZOWA
DOLINA, Mińsk 90

Przemysł
DAGROPOL (exchange office)
Czarneckiego Str. 1

Key
R Partner refund point
C Customs stamp Services centre
A Landside
Air side
Check-in area
Security control

BORDERS
Border to Belarus
PZMot
Terenzpol/Brest

Border to Ukraine
PZMot
Złoty/Lyublykh
AD/D Jasiak
Hrebentse /Rawa Ruska

Border to Russia
Ka Bro
Grzechotki/Mamonowo

Справка: Основными партнерами Global Blue являются Ваши банки, если Вы купите в Global Blue или 370 000 магазинов по всему миру, плюс еще два миллиона магазинов по всей Европе. Global Blue имеет 1200 партнеров по всему миру, включая магазины одежды, обуви, электроники, продуктов питания и многое другое.

- ОТРИМАЙТЕ ЧЕК**
Если Вы купите товар, выйдя из магазина, при оплате обязательно у продавца Tax Free форму по имени Tax Free Form.
- ПРОШТАМПУЙТЕ ЕГО**
Если Вы достигли страны, выйдя из магазина, обязательно покажите свой паспорт, свой чек и Tax Free форму продавцу. Если Вы достигли страны, выйдя из магазина, обязательно покажите свой паспорт, свой чек и Tax Free форму продавцу. Если Вы достигли страны, выйдя из магазина, обязательно покажите свой паспорт, свой чек и Tax Free форму продавцу.
- ПОВЕРЬТЕ ГРОШИ**
При выезде из магазина обязательно в паспортной службе, паспортной службе или в пункте таможенного контроля обязательно покажите свой паспорт, свой чек и Tax Free форму продавцу. Если Вы достигли страны, выйдя из магазина, обязательно покажите свой паспорт, свой чек и Tax Free форму продавцу.

Возврат НДС составляет 20% от суммы покупки.

Справка: Основными партнерами Global Blue являются Ваши банки, если Вы купите в Global Blue или 370 000 магазинов по всему миру, плюс еще два миллиона магазинов по всей Европе. Global Blue имеет 1200 партнеров по всему миру, включая магазины одежды, обуви, электроники, продуктов питания и многое другое.

- НАБЫТЬ ТОВАР**
При покупке обязательно выйдя из магазина, обязательно покажите свой паспорт, свой чек и Tax Free форму продавцу.
- ПАСТАВИТЬ ШТАМП**
При выезде из магазина обязательно в паспортной службе, паспортной службе или в пункте таможенного контроля обязательно покажите свой паспорт, свой чек и Tax Free форму продавцу.
- АТРИМАЙТЕ СУММУ ЗАВЕРТУ НАГРУНЫМ!**
При выезде из магазина обязательно в паспортной службе, паспортной службе или в пункте таможенного контроля обязательно покажите свой паспорт, свой чек и Tax Free форму продавцу.

Рисунок 3. Автомобили возле торговых центров в окрестностях Труймаста – номерные знаки Калининградской области (39).



Рисунок 4. Двухязычные вывески, меню ресторанов и небольших баров в Гданьске и приглашение для российских гостей посетить гданьские достопримечательности.



Рисунок 5. Российский ресторан в Старом городе в Гданьске.



Рисунок 6. Информация магазина IKEA на русском языке.



Рисунок 7. Туристические и торговые предложения для гостей из России.





Рисунок 8. Облегчения и предложения для российских гостей: предложение курсов русского языка в Гданьске, туристическая информация в Сопоте, а также предложения поселиться в Польше – объявление на русском языке с предложением апартаментов в Гданьске, а также предложение экскурсий по Старому городу в Гданьске на русском языке.



Предприниматели заметили и постепенно используют шанс, какой создало МПД. В местах, которые особенно часто посещают россияне, появилось русскоязычное обслуживание, рекламные и информационные листовки (например, IKEA в Гданьске, Двор Галины в окрестностях Бартошиц – рекламный щит этого комплекса приветствует водителей, пересекающих границу в Безледах). В Бартошицах, в форме приложения к здешнему «Гонцу» издается «Вместе» – информационный и рекламный вкладыш, адресованный россиянам. Польские предприниматели занимаются услугами, адресованными россиянам, перевозками желающих сделать покупки в польских дисконт-магазинах, профилированием предложений жилья для российских гостей и т.п.

По обиходной классификации жителей в Польшу приезжают две группы россиян. „Среднезажиточное“ большинство заинтересовано в первую очередь покупкой продуктов питания. Немногочисленные «более зажиточные» объединяют покупки в торговых центрах с экскурсиями, посещением ресторанов и SPA-салонов.

► *Конечно, они бывают в Старом городе. Чаще всего это заинтересованные семьи. Четверо, пятеро – папа, мама, сын, дочка или тетя. С тем, что в принципе если кто-то хочет посмотреть достопримечательности – это уже люди особого разряда. (Туристическая информация, Гданьск)*

► *Отдых. Очень часто приезжают к нам в четверг, в пятницу. Ходят по магазину, покупают разные вещи. Забирают покупки через несколько дней, перед выездом. А перед выездом развлекаются в наших клубах, едят в ресторанах, ездят в пансионаты, SPA. Особенно в направлении Слупска в Долину Шарлотты – чудесное SPA. (Медиа Маркт, Гданьск)*

► *Мы должны сейчас разделить типичных приезжающих сюда россиян на две группы: среднезажиточный россиянин, который при-*

езжает только с одной целью – за покупками. Совсем не обязательно, что он будет там торговать этим товаром по возвращении, хотя нам хорошо известно, что у нас цены в три раза ниже, чем у них. А вторая часть – типичный туризм. Типичные семейный уик-энды: бассейн для ребенка или именно где-то по случаю SPA. (Бартошице)

► *Россияне покупают в Польше базовые продукты, например, продовольствие. Особенно продовольствие. Ходят в первую очередь по супермаркетам, по большим магазинам. (Жительница Гданьска, сотрудница Музея города Сопота)*

► *Россияне покупают в основном одежду, но я был свидетелем, что и сырое мясо покупали по 10 кг в Tesco. Это просто дешевле и для них выгодно. Покупают также электронику, потому что у нас ассортимент побольше и вдобавок гораздо дешевле, чем у них. (Таксист, Гданьск)*

В рестораны и кафе россиян приглашают не только вывески на их родном языке, но также знакомые и привычные блюда. Хотя часто слышится мнение, что туристы из России охотно пробуют блюда польской или международной кухни.

► *Что заказывают? Свои традиционные блюда, например, пельмени. Это люди в возрасте 25-40 лет. Приходят обычно пары или семьи. Как правило, много тратят и не обращают внимания на цены. Обычно пьют зубровку, польскую водку. (Ресторан с российской кухней, Гданьск)*

Продавцы из окрестностей Труймяста замечают также, что уже приобретают постоянных клиентов российского происхождения.

► *Россияне приезжают сюда постоянно, в течение всего года. Это и молодежь, и семьи. Лица часто повторяются, но много и таких, которые приезжают впервые. (Большой мебельный магазин, окрестности Гданьска)*

► *Я их прекрасно воспринимаю. У меня есть свои постоянные клиенты из Калининграда, которые здесь покупают костюмы. (Аутлет с одеждой, окрестности Гданьска)*

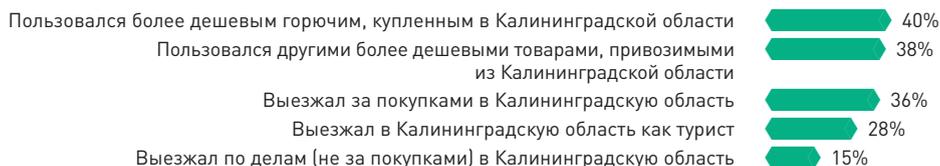
Можно при этом говорить о «диапазоне» и о «плотности» контактов. Диапазон контактов относится к их распространению в любой форме. 83% респондентов декларирует такой контакт в течение последних 30 дней. В исследуемой выборке о самом большом диапазоне можно говорить, например, в отношении приграничных повятов (бартошицкий, браневский) – почти все респонденты декларируют здесь какую-то форму контактов с российскими гостями в последнее время. Высокий показатель

«диапазона» отмечен также в Труймясто (девять из десяти респондентов).

Плотность мы определяем как столкновение по крайней мере с тремя случаями присутствия россиян в течение последних 30 дней. О наиболее «плотных» контактах можем говорить в случае приграничных повятов (бартошицкий, браневский, голдапский). Эти контакты у жителей этих повятов носят наиболее разнообразный и всесторонний характер. Более половины опрошенных жителей этих повятов декларирует, что столкнулась с присутствием российских гостей по крайней мере в три разных способа. В остальных повятах, в том числе в Труймясто, эти контакты имеют менее конденсированный характер.

График 1.3. Социальный диапазон некоторых явлений, связанных с МПД

Знаете ли Вы лично кого-нибудь, кто в течение последних 12 месяцев:

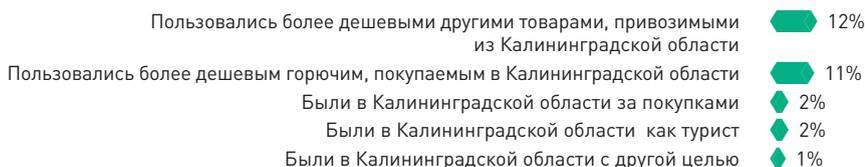


О масштабе явлений, начатых или ускорившихся благодаря МПД, свидетельствует факт, что 57% опрошенных респондентов заявляет, что лично знает кого-то, кто таким или иным образом непосредственно пользовался теми удобствами, которые появились в результате упрощения процедуры пересечения границы. Относительно наибольшим является покупка дешевого горючего на одной из приграничных российских бен-

зозаправочных станций – часто потом перепродаваемого в Польше. Жители повятов, охваченных МПД, часто (38%) сталкиваются с явлением покупки других более дешевых товаров, привозимых из Калининградской области – речь здесь идет в первую очередь о сигаретах и спиртных напитках. Каждый третий из опрашиваемых лично знает кого-то, кто пересекает польско-российскую границу, едуци за покупками.

График 1.4. Личный опыт респондентов, связанных с МПД

А Вы лично в течение последних 12 месяцев:



18% респондентов опроса заявили, что в течение последних 12 месяцев непосредственно воспользовались МПД – то ли (чаще) пользуясь товарами, привезенными из Калининградской области, то ли (заметно реже) лично выезжая в Россию с такой или иной целью. Четко прослеживается территориальная дифференциация этих явлений. В случае жителей бартошицкого повята 44% респондентов заявляет, что пользовались дешевым горючим, а 39% – что пользовались также другими благами, привозимыми из Калининградской области. Эти явления носят маргинальный характер среди жителей самых больших городов зоны МПД: Труймяста и Ольштына (5% опрошенных).

Профиль типичного человека, который в течение последних 12 месяцев получил непосредственную выгоду, связанную с функционированием МПД, выглядит следующим образом:

это житель небольшой местности (до 50 тыс. жителей), мужчина, который оценивает материальную ситуацию своего домашнего хозяйства как среднюю или плохую.

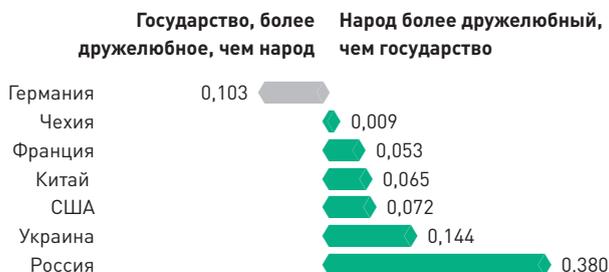
Что интересно, отношение к россиянам у людей, которые одним из описанных способов получили непосредственную выгоду, связанную с МПД, иногда является менее дружелюбным по сравнению с остальными людьми. На заданный вопрос об эмоциях по отношению к россиянам они чаще называют негативные (напр. недоверие), а реже позитивные (напр. симпатию). Вдобавок эти люди декларируют большую социальную дистанцированность по отношению к россиянам (выраженную склонностью к акцептации гостей с Востока в разных сферах жизни). При этом, они не убеждены в большей – чем остальные – степени, что поляки получают выгоду в связи с функционированием малого приграничного движения.

Контакты с гостями из России: впечатления и оценки

2. Рядом, но не вместе

График 2.1. Государства и народы по отношению к Польше и полякам

Я прочитала Вам список разных государств/народов. При каждом из них прошу указать Вашу оценку - относится ли оно к Польше очень дружелюбно, скорее дружелюбно, ни дружелюбно ни недружелюбно, скорее недружелюбно или решительно недружелюбно?



Малое приграничное движение – кроме выгоды, связанной с облегчением пересечения границы и торговым обменом – дает, несомненно, возможность строить близкие соседские взаимоотношения между поляками и россиянами. Дает возможность непосредственных контактов обоих народов. Тогда можно сопоставить взаимные стереотипы и предубеждения с действительностью. Появляется шанс «сократить» общественную дистанцию, которую мы чувствуем по отношению к россиянам.

► *Пр.: А с точки зрения международной политики, как Вы это оцениваете (МПД)?*

– Я Вам скажу – это гениально, потому что я вообще за то, чтобы люди встречались, общались и так далее, потому что это все-таки показывает, что ни мы не страшны для них, ни они для нас. Может, существуют какие-то такие мифы о россиянах и такие предубеждения. Думаю, что надо бы отделить большевизм от России. (Продавец, IKEA)

► *Я с россиянами встречаюсь давно и для меня это всегда были люди открытые, думаю, что и сейчас они такие же. Симпатичные, но это не только россияне, потому что большинство туристов, которые сюда приходят, сим-*

патичные. Россияне совсем не шумные, они просто нормальные. По темпераменту немцы напоминают нас. А вот немцы как немцы – их еще не видно, но уже иногда слышно. Пожилые немцы – они ходят спокойно, а вот молодых немцев еще не видно, но слышно издалека. Также по отношению к немцам россияне ведут себя очень спокойно. (Музей янтаря, Гданьск)

Как показывают результаты исследования (как телефонного опроса, так и omnibusного исследования 2012 г.), поляки убеждены, что россияне относятся к полякам более дружелюбно, чем Россия к Польше.

► *Между поляками и россиянами нет каких-то раздоров, потому что и россиянин человек, и поляк тоже человек. Конфликты на более высоком уровне*

Все опрашиваемые, которым задавался этот вопрос, подчеркивают спокойное, соответствующее ожиданиям, поведение гостей из России – как в общественных местах, так и на дорогах. По оценке представителей органов правопорядка, в течение последнего года почти не отмечались инциденты с участием приезжих. Появлялись оценки, что в ходе первых визитов в Польшу россияне вели себя предупредительно вежливо и как-будто робко.

► *Скорее не выделялись, то, что это россияне, можно было узнать только по их речи. Обычно мы узнаем, что это россияне, только когда они разговаривают, а так это нормальные люди. (Таксист, Гданьск)*

Сейчас они явно посмелели, прекрасно знают, чего хотят, куда идти, в большой мере «почувствовали себя как дома». Бывают шумными, но в плохом поведении их нельзя упрекнуть.

► *Они все знают, знают где и какой оптовый магазин, где продают мясо, у них уже все освоено, даже я не знал о некоторых магазинах, а они знали.*

► *Россияне это другой тип туриста [чем другие нации], их здесь интересует типичный шоппинг. Это связано с разницей в НДС. Даже в туристической информации сегодня есть путеводители на русском языке. Приезжает очень много молодежи, школьные экскурсии, но приезжают также люди постарше. Здесь полный диапазон: молодежь выезжает в частном порядке, большие группы, люди постарше с семьями. Это выезд на уик-энд. Ведь это всего 140 км. (Частная турфирма – владелец)*

Существенным барьером, мешающим преодолеть дистанцию, часто является язык. Но и это препятствие удаётся все-таки преодолеть.

► *Думаю, что скандинавы более открыты, россияне меньше. Они просто менее коммуникативны, если говорить о языке. Меньше стараются найти с нами общий язык. (Магазин с польской косметикой, Гданьск)*

► *Помогаем себе жестами, немного помню язык со школы. Справляемся. (Торговый центр, магазин с брендовой одеждой, Гданьск)*

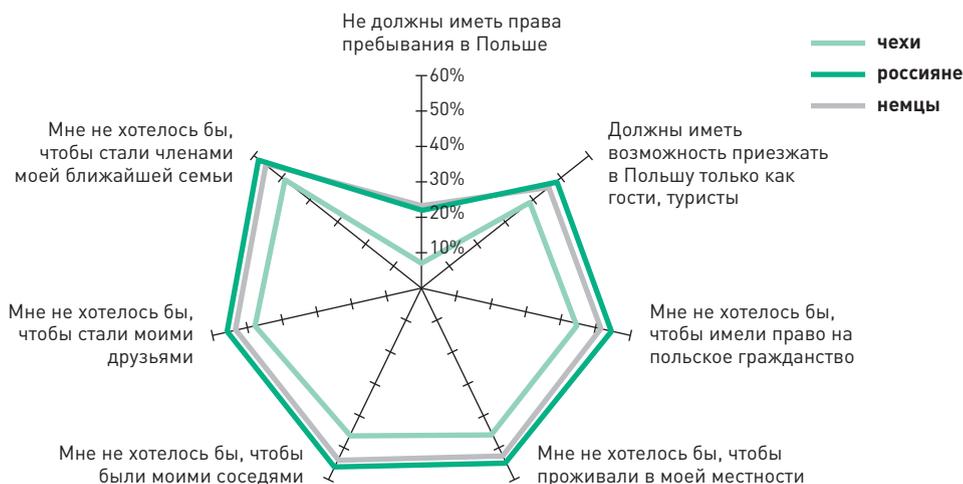
► *Не обязательно знать русский язык, потому что они часто говорят так, что мы понимаем, поскольку русский очень похож на польский. Некоторые слова, правда, можно неправильно понять, но они говорят немного по-русски, немного по-польски, я тоже немного так, немного так и понимаем друг друга. (Ресторан российской кухни, Гданьск)*

Но означает ли это, что россиян мы считаем друзьями и приветствуем их присутствие в Польше только с радостью?

Популярным методом исследования общественной дистанции в социологических исследованиях является так наз. шкала Богардуса. Шкала состоит из нескольких мнений, касающихся согласия допустить представителей данной группы (народов, этнических или религиозных меньшинств и т.д.) ко все более близким общественным кругам респондентов, заканчивая семейным кругом.

График 2.2. Россияне на шкале общественной дистанции

Прошу подумать о человеке данной национальности. Ответьте, пожалуйста, соответствуют или не соответствуют эти утверждения Вашим взглядам.



При этом выраженное таким образом отношение к представителям данной группы представляется и анализируется на фоне измеренного таким же образом отношения к представителям других групп. При выборе национальности, которая могла бы быть таким фоном для россиян, мы руководствовались результатами omnibus-ного исследования 2012 г. В их свете отношение поляков к чехам (и словакам) оказалось относительно наиболее благоприятным. С другой стороны, в случае немцев было признано, что межчеловеческие отношения заметно менее дружелюбны, чем межгосударственные.

Как оказалось, на шкале ощущаемой респондентами общественной дистанции россияне находятся гораздо ближе к немцам, чем к чехам. В случае россиян и немцев оценки практически идентичны. Итак, например, 21% респондентов утверждает, что россияне не должны иметь права на пребывание в Польше (соответственно 22% в отношении немцев и только 7% в отношении чехов). 58% респондентов не хотели бы, чтобы россияне стали частью их ближайшей семьи (например, в результате брака, связь с ребенком и т.п.). В случае немцев этот процент составил 56%, а в случае чехов – 48%.

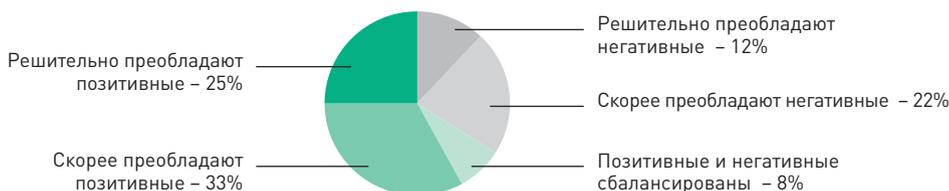
Что интересно, усилившиеся в последнее время контакты с россиянами, как кажется, не влияют на ощущаемую респондентами общественную дистанцию к ним. Процент людей, которые утверждают, что россияне не должны иметь права пребывания в Польше, и среди людей, говорящих о своих непосредственных и косвенных контактах с россиянами, и среди остальных, очень похож.

Среди людей, декларирующих прямую выгоду, связанную с МПД (т.е. пользующихся более дешевым бензином или другими товарами) пересекающих границу в упрощенном порядке, процент людей, разделяющих мнение, что россияне не должны иметь права пребывания в Польше, даже выше по сравнению с остальными (27% к 20%). Кажется, что год – это решительно мало, чтобы значительно изменить отношение поляков к гостям из России.

Из России, когда эти богатые приезжают, это хорошо, а как начнут приезжать бедные – то начнутся всякие темные делишки. (Патруль Solid Security)

График 2.3. Эмоции, ощущаемые при мысли о россиянах (1)

Сейчас я зачитаю перечень разных эмоций. Скажите, какие из них Вы ощущаете, когда думаете о жителях России.

**График 2.4. Эмоции, ощущаемые при мысли о россиянах (2)**

Предложенный респондентам каталог эмоций был группирован (методом иерархического кластерного анализа), так чтобы интуитивно приходившую в голову категоризацию чувств (на позитивные и негативные) дополнить точкой зрения и способом мышления опрашиваемых. Итак, можно говорить о четырех группах эмоций, ощущаемых респондентами по отношению к россиянам – позитивных (1) и негативных, базирующихся на разных основаниях: страхе (2), неприязни (3) и чувстве превосходства (4).

Преобладают эмоции положительные, например, уважение, симпатия, дружба. Чаще их декларируют мужчины, чем женщины, а также люди с высшим образованием (политкорректность, желание считаться современным человеком, у которого нет предубеждений в контактах с людьми других национальностей). Личное знакомство с россиянами заметно влияет на то, что они воспринимаются более положительно (в соответствии с так наз. «гипотезой контакта»). Что интересно, люди, которые деклариру-

ют более поверхностные, хоть и частые контакты (встречи во время прогулок, покупок, случайные разговоры) обычно редко декларируют позитивные эмоции в отношении российских гостей. Можно затем сказать, что «россияне более положительно воспринимаются» не столько при более близком, а очень близком знакомстве.

Что касается эмоций, основанных на страхе, здесь прослеживается четкая зависимость от возраста респондентов. Самая младшая группа (18–29 лет) декларирует страх гораздо реже, чем люди в возрасте 30–40 лет, не говоря уже о старших. Как кажется, эта зависимость связана с поколениями и с отсутствием осознанных воспоминаний у молодежи с периодом ПНР. Эмоции, основанные на страхе, чаще декларируют также женщины (особенно те, у которых часто есть возможность встречать россиян, но отношения с ними не имеют личного характера), а также люди, не имеющие высшего образования.

Ключ, связанный с поколениями, кажется наиболее правильным для понимания общественной детерминанты сильных негативных чувств: неприязни или гнева. Эти чувства редко разделяют более молодые люди, чаще люди постарше – особенно в возрасте 50–60 лет. и вновь оказывается, что частые, но поверхностные контакты с россиянами наличествуют одновременно скорее с негативными, чем позитивными эмоциями.

Сочувствие и сожаление часто наличествуют одновременно, поэтому было принято решение анализировать их совместно. Их общим знаменателем может быть сопутствующее чувство превосходства и протекциональность. Эхо такого отношения к россиянам можно было услышать в некоторых беседах, проводимых в рамках этнографической части исследования. Корреляты такого рода эмоций подобны, как предшествующие: частые, но поверхностные отношения с россиянами им благоприятствуют, личное знакомство с россиянином – не содействует.

► *Если бы россияне не приезжали, было бы хуже. Когда-то мы ездили в Берлин и торгова-*

ли, пусть теперь они также поторгуют. (Таксист, Гданьск)

Подводя итоги, можно сказать, что большая интенсивность взаимных контактов в связи с МПД пока не отразилась на изменении эмоционального отношения поляков к россиянам. Представители обоих народов все чаще функционируют рядом друг с другом (что несомненно является *novum*), в повседневной жизни встречаясь и проходя мимо, но на нынешнем этапе трудно в связи с этим говорить о каких-то более близких отношениях и лучшем узнавании друг друга. Кажется, что действительность, появившаяся с МПД, пока носит совершенно одномерный характер. Польско-российские отношения сводятся к торговому обмену. В зачаточной стадии сейчас культурный обмен. Не хватает институтов и организованных действий, которые могут более интенсивно сближать обе группы.

► *Вообще российских туристов в Сопоте много, но здесь нет. Это театр, так что надо знать язык. Есть пьесы на русском языке, но только если есть какие-то фестивали, например, Фестиваль Шекспира, тогда спектакли могут быть на разных других языках. Но обычно – скорее нет. (театр Сопот)*

Молодые жители, как кажется, не связывают с МПД никаких планов и надежд: интерес к изучению русского языка мизерный, Калининградская область не воспринимается как интересное место для посещения, не только массовыми туристами, но даже каким-то заметным меньшинством.

► *До сих пор я туда не ездил, не было поводов пока ни для туризма, ни для покупок. (Магазин электротехники и электроники, окрестности Гданьска)*

► *Как-то меня не тянет в Россию, не знаю почему, я бы предпочла выехать в другую сторону – в Германию, Англию. Может потому, что я изучаю языки: английский, немецкий, и меня туда сильнее тянет. С этими странами я познакоми-*

лась в школе, а с Россией меньше. (Ресторан с российской кухней, Гданьск)

Конечно, трудно ожидать, чтобы все это произошло в течение одного года функционирования МПД, и все-таки удивительно, что – за ис-

ключением подтверждающих правило увлеченных людей – Калининградская область не существует как точка отсчета для планов на будущее, во всяком случае для тех жителей, с которыми была возможность об этом поговорить.

График 2.5. Ассоциации с Россией

Когда Вы слышите слово «Россия», какие ассоциации появляются у Вас в первую очередь?





В свете представленных выше результатов можно сказать, что отношение опрашиваемых к россиянам это смесь позитивных и негативных эмоций и заметная общественная дистанция. Это соответствует результатам omnibus-ного исследования, проведенного осенью 2012 г.; в отчете, подводящем итоги полученных тогда результатов опроса представительной всепольской группы россияне были определены, как «самые отдаленные среди близких» по отношению к полякам.

Причины такого положения вещей являются, несомненно, сложными и разнообразными. В какой-то степени этот вопрос разъясняют результаты, касающиеся ассоциаций с Россией, которые приходят в голову респондентам телефонного опроса. Спонтанные ассоциации выявляют резервы примарных диспозиций и являются показателем позиций по данному предмету.

Ассоциации респондентов – жителей местностей, охваченных МПД – с Россией пронизы-

вает дух истории и важные, прежние и современные, события в области польско-российских взаимоотношений (на государственном уровне). В этих двух крупнейших группах доминируют негативные ассоциации: констатация, что это вообще плохие отношения, живая память о Катыне, память о разделах Польши, а также о катастрофе президентского самолета в 2010 г., и о временах коммунизма. 7 из 10 респондентов упоминает об одной из таких ассоциаций.

Сильны также ассоциации с современной российской политической и государственной действительностью, с нынешним руководством России и позицией России на международной сцене (29%).

25% ассоциаций носит характер нейтральной констатации, касающейся географической или естествоведческой характеристики России. 18% респондентов указывает на современные внутренние и общественные проблемы восточных соседей. Также 18% опро-

шенных называет жителей России – сердечных, доброжелательных и близких полякам по своей культуре.

Только 10% респондентов перечисляет ассоциации, связанные с МПД. В сопоставлении с остальными группами ассоциаций это немно-

го. Но надо сказать, что в случае жителей некоторых приграничных повятов (бартошицкий, браневский), а также лидзбарского повята каждый третий респондент говорит об ассоциациях с МПД. Немного чаще об этом упоминают люди в возрасте до 50 лет (13% по сравнению с людьми постарше – 6%).

График 2.6. Основные группы ассоциаций с Россией по сравнению со всепольским исследованием



Когда мы сопоставим наиболее частые группы ассоциаций с Россией, упоминаемых респондентами опросов-омнибусов осенью 2012 г. и телефонного опроса, внимание привлекает то, что исторические ассоциации, а также относящиеся к проблемам в польско-российских отношениях, заметно чаще встречаются среди жителей зоны, охваченной МПД. Эти последние чаще также обращают внимание на аспект межлических отношений, подчеркивая культурное родство поляков и россиян.

Подводя итоги, можно сказать, что Россия воспринимается жителями Польши, охваченными МПД, прежде всего в контексте сложной истории межгосударственных отношений. Следует обратить внимание на крайне разную оценку межгосударственных и межлических отношений. Ассоциации с МПД (пока еще) относительно слабы, хотя в местах более интенсивного приграничного движения они слышатся чаще.

Воздействие посещений россиян на жизнь местной общности

3. Взаимная выгода

График 3.1. Баланс выгод в связи с МПД

Как Вы считаете, кому выгодно малое приграничное движение:

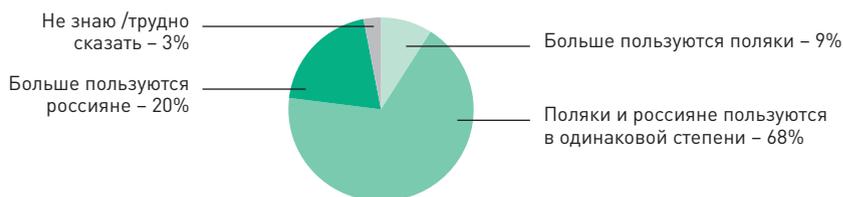


График 3.2. Выгоды для поляков

Как Вы считаете, какую выгоду получают поляки в связи с функционированием малого приграничного движения с Россией?



Большинство (две трети) участников считает, что выгоды, связанные с функционированием МПД, в равной степени разделены между польской и российской сторонами. Чаще в этом убеждены люди, которые:

► в своей повседневной жизни могут видеть практическую сторону функционирования МПД: автомобили с российскими номерными знаками, россияне при покупках и на прогулках в Польше,

► лично пользуются МПД, например, покупая более дешевый бензин или другие товары, или сами пересекают границу в порядке МПД.

► *Когда приезжают, делают покупки, ездят с нами или останавливаются в гостиницах – то понятно, что стало лучше. (Таксист, Гданьск)*

Среди остальных преобладает мнение, что это более выгодно для россиян (20% ответов). Однако, сложно продемонстрировать корреляты таких оценок.

По общему мнению жителей выгода для польской стороны связана, прежде всего, с возможностью покупки дешевого бензина или других товаров, таких как сигареты или спиртные напитки, причем на практике значительная часть этих сделок происходит в «теневой зоне». Тем не менее, царит убеждение – которое разделяют и обычные жители, и представители органов власти приграничных местностей – что граница это источник содержания для многих семей и способ смягчить социальные последствия безработицы. Поэтому все, кому за-

давался этот вопрос, были согласны, что с явлением теневой экономики не следует бороться (например, определяя месячные лимиты пересечения границы или количества ввозимого в Польшу бензина).

► *Возможно благодаря этому, так мы это понимаем, нет очередей, скажем, в органах социальной опеки, люди не стоят, сами справляются со своими проблемами. Я когда-то слышал, что это поддерживает мэр Голдапи.*

Следует подчеркнуть, что заметны прежде всего выгоды, связанные с товарооборотом, ростом продаж и созданием или сохранением рабочих мест. Остальные вопросы имеют гораздо меньшее значение.

У обычного жителя приграничной зоны есть возможность встретить россиян, в первую очередь, в одном из магазинов: продовольственных, с бытовой техникой или одеждой и обувью. В коллективном сознании россияне функционируют в сопровождении такой атрибутики, как тележка для покупок (до краев набитая товарами) или стоящий на стоянке у супермаркета автомобиль высокого класса. На вопрос, где можно встретить россиян, жители Бартошиц без колебаний указывают на один из четырех дисконт-магазинов, действующих в городе, а жители Гданьска – на Балтийский торговый центр.

Это находит отражение в структуре оценок выгоды, которую по мнению респондентов, получают россияне в связи с МПД. Решительно преобладает экономическая выгода.

График 3.3. Выгоды для россиян

Как Вы считаете, какую выгоду получают россияне в связи с функционированием малого приграничного движения с Польшей?



График 3.4. Товары, покупаемые поляками в Калининградской области

Какие более дешевые продукты поляки покупают в Калининградской области?



График 3.5. Товары, покупаемые россиянами в Польше

Какие более дешевые товары покупают в Польше россияне?



Заинтересованность посещением Калининградской области / России, впечатления о пребывании

4. Односторонний путь

График 4.1. Поездки поляков в Калининградскую область

Были ли Вы когда-нибудь в Калининградской области Российской Федерации? Если да, то с какой

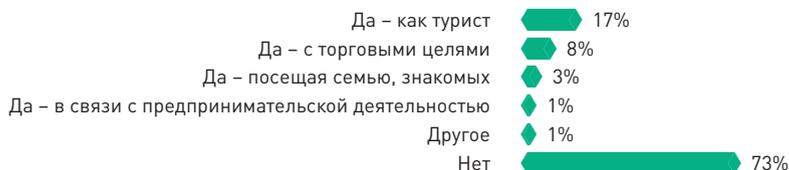
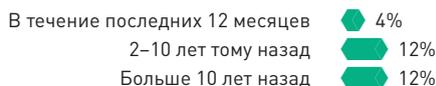


График 4.2. Время последней поездки

Когда Вы последний раз посещали Калининградскую область?



Калининградская область для поляков, проживающих в зоне МПД, не является привлекательной ни для покупок, ни для туризма.

Доступные статистические данные и информация, полученная от всех опрошенных в этнографической части проекта, гово-

рят об огромной асимметрии в рамках МПД. Россияне, во-первых, приезжают в Польшу гораздо чаще, чем поляки в Калининградскую область, а во-вторых, поездки россиян носят гораздо более разнообразный характер и несколько разных направлений (небольшие приграничные местности, Троймясто, Великие ма-

зурские озера, балтийское побережье). Тем временем, в соответствии с популярной оценкой жителей повятов МПД, польские автомобили доезжают «до первой бензозаправочной станции» с российской стороны границы и, заправившись, возвращаются.

Это демонстрирует представленную выше односторонность практических польско-российских контактов, которые сводятся к торговым отношениям. Если МПД должно служить улучшению соседских отношений, то следует стремиться к изменению такого положения дел.

Пока – как видно на предыдущих графиках – жители повятов, охваченных МПД, не выезжают с массовыми экскурсиями в Калининградскую область. Более того, как следует из проведенных с ними «на местах» интервью, они обычно не заинтересованы туристическими поездками. Как правило, они не знают, зачем им стоит поехать на экскурсию в Калининградскую область, ничего не знают о достопримечательностях по ту сторону границы, а если даже имеют о них какое-то представление, то обычно для них это не особенно заманчиво.

Многие жители этих повятов высказывали убеждение в незначительной туристической привлекательности Калининградской области и о – фактическом или предполагаемом – отсутствии туристической инфраструктуры. Рассказы немногочисленных собеседников о посещении области (чаще всего столицы) относились к очень давнему времени и говорили об этом без восторга. Туристы запомнили серость и заброшенность Калининграда. Но те из них, у кого была возможность повторить поездку – в Калининград или другие местности – подчеркивали динамику положительных перемен.

► *Ясно, ездят те, кто бензин привозят. А в Калининграде предложить нечего. Город был разрушен во время Второй мировой войны. Не восстановлен. (Частная турфирма - владелец)*

► *Пр.: А в другую сторону такое же движение, в Калининград? – Мне кажется, что меньше. Пр.: Поляки не заинтересованы? – А на что им там смотреть – на эти подводные лодки, атомные? [...] Я не был, но слышал, что осматривать там нечего. (Галерея янтаря, Гданьск)*

► *2, 3, 4 года тому назад, когда мы ехали в Пионерск, нас приглашали на однодневные [встречи] потому что не было где переночевать. А сейчас есть уже 3 гостиницы. На меня произвело огромное впечатление, как сейчас выглядит Пионерск.*

Польские потенциальные туристы считают, что на той стороне границы они бы не нашли достаточную гостиничную базу с различным стандартом. Царит довольно повсеместное убеждение, что в ходе поездки нечего рассчитывать на вкусную еду. Ожидается скорее низкий стандарт обслуживания, и в то же время более высокие цены, чем в Польше. Прежде всего, однако, существуют опасения, связанные с безопасностью в дороге (организованная преступность, в том числе в виде «полицейской мафии»; очень прочным оказалось убеждение, что автомобиль путешественников полиция останавливала бы под любым предлогом, пока они не заплатили бы дополнительное «мыто»). Очень четко следует подчеркнуть, что по мнению жителей Россия не является безопасной страной для туриста в поездке.

► *Пр.: – А Вас туда не тянет [в Калининград]? – Нет, не тянет. – Может быть много сюрпризов. (Патруль Solid Security)*

Эти наблюдения находят подтверждение в результатах телефонного опроса (ниже).

В опрошенной выборке оказались 3% человек, которые декларировали, что пересекали границу в упрощенном порядке, чаще всего в торговых и туристических целях, причем иногда обе цели упоминались в совокупности.

График 4.3. Оценка привлекательности Калининградской области в разных аспектах
На основании собственного опыта или услышанных оценок скажите, пожалуйста, как Вы оцениваете привлекательность Калининградской области в разных аспектах.



График 4.4. Пересечение границы в порядке МПД
Пересекали ли Вы границу с Россией, пользуясь упрощенной процедурой в рамках малого приграничного движения?

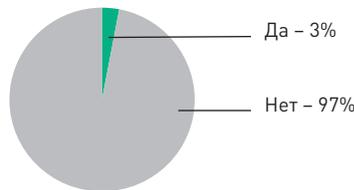
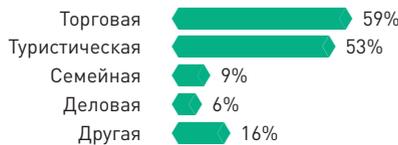


График 4.5. Цель поездки, связанной с пересечением границы в порядке МПД



Это подтверждает, что представления, связанные с туристической или культурной привлекательностью Калининградской области, редко удается сопоставить с действительностью. Несомненно, не хватает действий российских предпринимателей, которые могли бы адресовать потенциальным польским туристам информацию и приглашение к приездам. Например, на веб-сайте <http://kaliningrad.ru>

нет версии на польском языке (иначе, чем веб-сайт Гданьска – хотя в Бартошицах нет русской версии), нет также предложений, адресованных именно полякам.

► *Наши рестораны очень быстро это подхватили, быстренько, карты, меню, предложения, все на русском языке. В другую сторону этого нет.*

График 4.6. Элементы, которые по мнению респондентов лучше устроены в Калининградской области по сравнению с Польшей
Есть ли такие вещи, которые в России по Вашему мнению лучше устроены, чем в Польше? Если да, то какие



Большинство людей, которые посетили Калининградскую область, не смогло указать такие элементы, которые бы им импонировали, которые стоило бы «перенести» на польскую почву, и которые были бы доказательством бо-

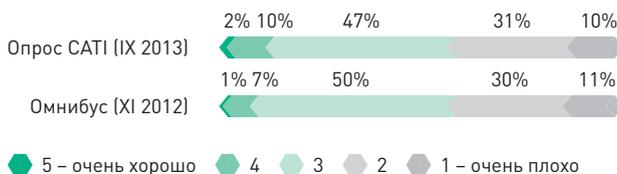
лее высокого уровня жизни или лучшей организации – или утверждают, что таких вещей нет. Спорадически в этом контексте указывалось хорошее состояние дорог и функционирующее в Калининграде метро.

Общая оценка и перспективы развития польско-российских взаимоотношений

5. Нужно время, но направление правильное

График 5.1. Оценки польско-российских взаимоотношений

Как Вы оцениваете актуальное состояние польско-российских взаимоотношений?



Телефонный опрос среди жителей зоны, охваченной МПД, принес почти такие же результаты, как всепольское исследование осенью 2012 г., если говорить об общей оценке польско-российских взаимоотношений. Как это уже описывалось, роль текущих отношений между обеими странами очень велика – много спонтанных ассоциаций с Россией касались именно – зачастую трудных – вопросов, связанных с текущей политикой.

Большинство респондентов убеждено, что отношения плохие („1” или „2” на шкале от 1 до 5) или неоднозначные (так можно истолковать оценку „3”). Только 12% считает, что они хорошие.

Можно сказать, что существует *iunctum* между оценкой польско-российских отношений, как плохих, большим количеством негативных ассоциаций с Россией, негативными эмоциями и заметной общественной дистанцией, ощущаемой по отношению к россиянам. Эти элементы составляют сложный образ России и ее жителей. Эксперимент, связанный с Малым приграничным движением, может стать шагом в изменении такого положения вещей, но пока, учитывая непродолжительность действия и односторонность, одномерность польско-российских встреч в зоне Малого приграничного движения, это не имеет места.

Приложение – Кейс стади

Предприниматели / продавцы

Строймагазин на окраине Гданьска (лестницы, полы, отделочные материалы).

Респондентка: менеджер в магазине, обслуживающая и польских, и многостранных клиентов (более десяти лет в отрасли)

► Из-за границы приезжают за покупками или посмотреть товар, главным образом, жители Калининградской области (5-6 человек в неделю). Осматривают товар, сравнивают цены. Выбор в польских магазинах побольше, и предложение более привлекательное, чем в Калининградской области.

► Чаще всего это довольно зажиточные индивидуальные клиенты; они приезжают в Польшу часто, в основном за покупками. Как клиенты они не требовательны.

► Говорят по-английски, по-русски, но и по-польски.

► У фирмы есть сайт и буклеты на английском языке. Пока она не планирует материалы на русском.

► Купленный товар высылается с курьером.

► Респондентка заметно отделяет свои личные контакты с жителями Калининградской области от деловых контактов. О своих друзьях высказывается очень положительно и с уважением. Свой профессиональный опыт с россиянами оценивает позитивно. В деловых отношениях могла бы, например, иметь работников с Востока, но не шефа.

► *Я много лет дружу с людьми с Востока и это очень крепкая дружба.*

► *У нашей фирмы есть партнеры в Калининграде. Мы ездим. Я была два раза. [Как Вам понравилось с деловой точки зрения?] С деловой, я думаю, что очень хорошо, не было особых проблем. [А в частном порядке?]*

– Не буду говорить на эту тему. Поскольку с людьми из Калининграда живется и работается очень хорошо, а я не хочу критиковать всю эту политику и то, что там происходит.

► МПД оценивает очень положительно в экономическом аспекте (больше клиентов, больше обороты), скорее не видит недостатков этого решения.

Магазин с элегантной мебелью польских производителей на окраине Гданьска.

Респондентка: коммерсант, представляющая интересы одного из польских производителей стильной мебели, опыт в мебельной отрасли – несколько лет. 1,5 года работает в магазине в Гданьске.

► Из-за границы за покупками приезжают в основном скандинавы и клиенты с Востока. Часто это постоянные индивидуальные клиенты.

► Клиенты из-за восточной границы обычно говорят по-русски. Это немного осложняет процесс заказа и заключения договора (который составляется на польском языке).

► Им нравятся польские изделия (считают, что они лучше, чем те в Калининграде, хотя вкус у них несколько иной).

► *Скорее люди, которые регулярно возвращаются. Индивидуальные клиенты. Довольно широкий диапазон возраста. [...] Наш товар им нравится. Наверняка любят роскошь, позолоту, декоративные элементы. То, что для нас небольшое дополнение, у них практически весь дом так выглядит. Мы дома поставим один золотой стул, у них вся мебель золотая. [...] К нам попадают клиенты, у которых есть деньги.*

► С точки зрения бизнеса сотрудничество в большом объеме (экспорт) в Калининградскую область довольно сложное, учитывая процедуры, связанные с пересечением границы (логистика и транспорт). Стоимость транспорта (в том числе «взятки») такова, что это становится невыгодным, проблемным и рискованным. Лучше всего, если клиент сам организует транспорт или его организует российская фирма.

► *Был у меня такой человек, который раз там побывал и сказал, что больше не собирается. Больше потерял, чем заработал. [...] Это вопрос финансов. Говорил, что столько денег оставил по дороге, в каждой деревне, на каждой улице, что это в голове не укладывается. Это не только взятки, насколько мне известно, от бюрократов и от людей, которые занимают какие-то посты. От обычных людей на улицах, мимо которых проходил, от группы детворы, которые не хотели его пропустить...*

Частная турфирма, действующая в гданьском Старом городе (экскурсии по городу).

У владельца фирмы работает около 15 экскурсоводов по городу; владелец, имеет 5-летний опыт в этой отрасли.

► Респондент обращает внимание, что МПД был поддержан популяризацией туризма со стороны Гданьской туристической организации, Поморской туристической палаты и Поморской региональной организации туризма. Эти организации популяризировали туризм в Польше, используя рекламу в СМИ – по радио, в телевидении, интернете, прессе в Калининградской области. По его мнению это повлияло на туристическое движение (тогда как открытие границы в большей степени повлияло на поездки за покупками).

► Фирма респондента располагает экскурсоводами, говорящими по-русски, услуги которых пользуются большим успехом, тем более, что российские граждане старшего возраста скорее не говорят на иностранных языках. Молодежь из Калининградской области

знает иностранные языки (западные), но не польский.

► Респондент видит весь диапазон гостей из-за восточной границы: семьи, школьные экскурсии, индивидуальные и организованные экскурсии, на автомобилях и автобусах. По его мнению, это главным образом поездки за покупками в уик-энд, но, пользуясь случаем, гости интересуются также достопримечательностями.

► По оценке опрашиваемого, менталитет россиян и поляков (славянский) ближе, чем, например, менталитет поляков и немцев. К россиянам он относится очень положительно. По его мнению, позитивный опыт торговых и туристических контактов со временем приведет к разрушению стереотипов, изменению мировоззрения и отношения к народу. Он сравнивает ситуацию МПД с контактами на западной границе в прошлом (перед вступлением в ЕС).

Гостиница, ресторан и парк, расположенные в давней дворянской усадьбе в окрестностях Бартошиц

► За то время, которое прошло от открытия МПД, отмечено многократное увеличение количества приезжающих из России туристов.

► Для части российских гостей это остановка на обратном пути после сделанных покупок. Обедают в ресторане, гуляют по парку. Часть приезжих остается ночевать (главным образом, в уик-энды), гости приезжают также на мероприятия (например, на Новый год).

► Россияне являются важной целевой группой последовательно проводимых действий:

– Отель рекламируется в России и в местах пребывания/проезда россиян (в том числе наружная реклама).

– На работу принят сотрудник, отвечающий за обслуживание гостей из России, с хорошим знанием русского языка.

– Подготовлена полная российская языковая версия веб-сайта.

– Некоторые предложения мероприятий адресованы в первую очередь россиянам.

Автосервис и транспортная фирма, действующая в Бартошицах

► Фирма часто представляется, как пример использования тех возможностей, которые для польских предпринимателей дало открытие МПД.

► Автомастерская является одной из нескольких в городе, в котором россияне ремонтируют свои автомобили или покупают запчасти. Оплата труда такая же, как в России, но запчасти гораздо дешевле. У клиентов из России есть также ощущение, что польские мастерские работают добросовестно и солидно, можно также рассчитывать на высокие стандарты обслуживания.

► Владелец мастерской занимается также пассажирскими перевозками – у него есть парк, состоящий из нескольких крупных транспортных средств, на которых россияне приезжают за покупками и возвращаются домой.

► Этот вид деятельности предпринимателя осложняется волонтаристскими действиями польских властей, которые выдают разрешение на определенный объем перевозок в течение месяца. Обратившись за разрешением на тридцать поездок, предприниматель получил согласие на две. Это очень осложняет ведение бизнеса, так как бизнесмен теряет репутацию в глазах российских клиентов.

Ноты

Сложно найти лучшую лабораторию социальных перемен, чем ситуация, которая сложилась в тех повятах Вармии, Мазур и Поморья, которые образуют зону малого приграничного движения (МПД) с Калининградской областью Российской Федерации. Последний отрезок государственной границы РП перестал быть только барьером в контактах с соседней страной. В контексте сложных взаимоотношений между Польшей и Россией опыт, вытекающий из этого специфического эксперимента, каким являются облегчения в пересечении польско-российской границы, трудно переоценить.

Изучение мнения жителей повятов, входящих в зону МПД, было проведено через год с момента вступления в силу новых правил пересечения границы. В представленном отчете подводятся выводы двух частей исследования: этнографических качественных исследований, а также телефонного опроса жителей зоны МПД. Некоторые результаты телефонного опроса дополнительно сравнивались с данными всепольского исследования, посвященного польско-российским отношениям, которые проводились Центром CBOS по заказу Центра польско-российского диалога и согласия.



Центр польско-российского диалога и согласия

ул. Ясна 14/16А, 00-041 Варшава

тел.: + 48 22 295 00 30

факс: + 48 22 295 00 31

эл. почта: cprdip@cprdip.pl

<http://www.cprdip.pl>

ISBN 978-83-64486-06-7



9 788364 486067