

Оригинальная статья / Original Article

«Они» и «мы»: восприятие своей и других стран российскими гражданами

© Е.Б. ШЕСТОПАЛ

Шестопал Елена Борисовна, Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова (Москва, Россия), shestop0505@rambler.ru

Статья основана на результатах политico-психологического исследования образов своей собственной и чужих стран в сознании российских граждан. Методология включала опрос с большим количеством открытых вопросов, глубинные интервью, картографический метод, семантический дифференциал и проективный тест. Результаты проекта показали наибольшее воздействие на восприятие своей собственной и других стран таких факторов, как событийный контекст, культурные традиции, психологическое состояние российского общества, коммуникативная среда. Полученные результаты свидетельствуют, что для россиян в целом не характерен территориальный экспансионизм. Важнее для нас признание российской культуры и системы ценностей. Комплекс «национальной неполноценности», распространенный в 1980-х–2000-х гг., до конца пока не преодолен. Однако подъем национальной гордости, вызванный воссоединением Крыма с Россией, определяет общественные настроения, несмотря на волатильность этого тренда.

Анализ восприятия других стран позволил выделить механизмы их категоризации российскими гражданами. Представления российских граждан о других странах включают «соседей» (постсоветские страны), «стратегических партнеров» (Индию и Китай), «забытых союзников» (Латинскую Америку и Африку) «значимого другого» (отдельные страны Европы и менее значимый Евросоюз), образ «врага» (США) и «туристическую Мекку» (Турция и Таиланд).

Ключевые слова: политическое восприятие, образ страны, факторы восприятия, идентичность, ментальная «карта мира».

Для цитирования: Шестопал Е.Б. (2021) «Они» и «мы»: восприятие своей и других стран российскими гражданами // Общественные науки и современность. № 2. С. 90–102. DOI: 10.31857/S086904990014923-7

Работа выполнена при поддержке Междисциплинарной научно-образовательной школы Московского университета «Сохранение мирового культурно-исторического наследия».

«They» and «We»: Russian Citizens' Perception of Their Own and Foreign Countries

© E.B. SHESTOPAL

Elena B. Shestopal, Lomonosov Moscow State University (Moscow, Russia), shestop0505@rambler.ru

Abstract. The paper is based on the results of political-psychological study of Russian citizens' images of their own and foreign countries. Methodology included a survey with a number of open-ended questions, in-depth interviews, methods of cartography, semantic differential and a projective test. The study has shown that perceptions of a country are influenced mostly by such factors as the events context, cultural traditions, psychological conditions of Russian society and communication. Our results prove that Russians in general do not share territorial expansionism. Recognition of Russian culture and value system by others is more important for them.

At the current moment the national «inferiority complex» that had been widely spread in the 1980-2000-s is not completely overcome, nevertheless the growth of national pride after reunification with Crimea determines social moods, though the trend is volatile.

Our analysis of Russians' perception of other countries enabled us to distinguish categorization mechanisms, used by our citizens. So the images of other countries include «neighbors» (post-Soviet countries) «strategic partners» (India and China), «forgotten allies» (Latin America and Africa), «significant «other» (individual European countries and less significant EU, «enemy» image (USA) and the «tourist Mecca» (Turkey and Thailand).

Keywords: political perception, country image, perception factors, identity, mental «world map».

For Citation: Shestopal E. (2021) «They» and «We»: Russian Citizens' Perception of Their Own and Foreign Countries. *Obshchestvennye nauki i sovremennost'*, no. 2, pp. 90–102. DOI: 10.31857/S086904990014923-7 (In Russ.)

Положительный образ страны сейчас нередко трактуют как один из важнейших факторов ее «мягкой силы». Трудно представить себе позитивный образ страны за рубежом, если ее жители видят себя в «черном цвете». Именно так наши граждане оценивали свою страну с перестроечных 1980-х гг. Политическая элита тогда убеждала нас, что советский период был «черной дырой» в истории страны, и 70 лет советской власти не принесли ничего, кроме отставания от «цивилизованного» мира. Поскорее догнать, став его частью, пусть и ценой утраты суверенитета – этот тренд доминировал вплоть до 2014 г.

Большинство населения именно такой – неразвитой, отсталой, несовременной, – и видело свою страну все 1990-е и 2000-е гг. Более ранние исследования образа России [Шестопал 2012] свидетельствовали о серьезном комплексе «национальной неполноценности». Были не просто отброшены политические ценности советского образца – сомневались и в традиционных ценностях русской, российской культуры, истории. Вместо них гражданам предлагали общемировые, европейские, западные ценности и цели развития. Неудивительно, что с нами не считались другие: мы сами себя не уважали.

События последнего времени быстро меняют и политическую реальность, и наши представления о своей стране, о мире и о нашем в нем месте. Современное восприятие своей и других стран в России стало предметом нашего анализа в масштабном политико-психологическом исследовании, которое проходило с 2017 г. по 2020 г. Среди множества вопросов, которыми мы задавались в ходе исследования, на первый план вышли два главных: кто такие «мы» и кто такие «они»?

Как мы видим себя? «Мы» – европейцы, азиаты или «евразийцы», цивилизованные или варвары, великая страна или региональная держава? **Кто такие «они»?**

Отличаются ли они от нас или мы с ними похожи, чужие он нам или свои, кто наши враги, друзья, соперники и союзники? Как меняется представление нашего общества о «них» под воздействием быстрых изменений международной среды? Ответы на вопросы о «них» во многом зависят от нашей собственной идентификации. В то же время понять самих себя можно лишь при сравнении с другими, отталкиваясь от их образов. В этой статье предпринята попытка обобщить результаты нашего исследования.

Теоретические подходы к анализу странового восприятия

В изучении образов своих и других стран мы опирались на четыре основных подхода: теорию политической идентичности, работы политических географов и теоретиков международных отношений и на политико-психологический подход.

Теория политической идентичности позволяет рассматривать образ своей страны в сознании граждан как некий «набор параметров для самоотождествления» [Семененко 2007, с. 5]. Содержательное наполнение этих «элементов» формирует «внутренний» образ страны, позволяет соединить те или иные компоненты ее образа с механизмами соотнесения индивидом себя с той или иной социальной общностью. В 2000-е гг. появилось немало работ, посвященных кризису идентичности [Дробижева 2017; Евгеньева, Селезнева 2017], которые позволили политическим психологам анализировать механизмы формирования образа своей страны в контексте определения других.

Теоретики в области **международных отношений и сравнительной политологии** продвигаются в нескольких направлениях. *Первое рассматривает* образ страны в контексте самовосприятия государства, то есть конструирования им собственного образа. *Второе* выдвигает проблему «коммуникационной модели в мировом информационном пространстве», с помощью которой «страна ведет диалог с другими странами и народами» [Галумов 2007; Образ России 2013] и реализует влияние в межгосударственных отношениях [Харт, Джонс 2011]. Влияние на изменение образа страны особенно актуально для так называемых «растущих держав» [Li (Leah), Chitty 2009; Браун 2018; Chaban, Elgström, Гуляева 2017], к числу которых относят и Россию.

Наконец, *третье направление*, представленно анализом образов стран в массовом сознании. *Образы своего государства* служат гражданам основой поддержки ими внешней политики. Говоря об образах *другого государства*, Р. Херрманн и М. Фишеркеллер [Herrmann, Fischerkeller 1995, p. 425–428; Castano, Bonacossa, Gries 2016] выделяют в нем три компонента. Первый позволяет понять мотивацию внешнеполитической деятельности оппонента, второй – судить об уровне его могущества, третий – о процессе принятия решений. Их сочетание находит отражение в стереотипных образах «врага», «империи», «дегенерата», «союзника», «колонии». В ряде работ этот перечень дополнен образами «варвара» [Herrmann, Voss, Shchooler, Ciarrochi 1997, p. 409] и «изгоя» [Cottam 2004, p. 45].

Политические географы рассматривают образ России в сознании российских граждан прежде всего с точки зрения территориального компонента. Д. Замятин, Н. Замятина, И. Митин, Д. Заяц, В. Колесов [Колосов, 2008] и другие в исследованиях страновых образов фокусируют внимание на их когнитивных и собственно пространственных аспектах, не обращаясь к эмоциональной природе восприятия. замена слова психологической на эмоциональной.

Последняя тема по преимуществу исследована в рамках **политико-психологического подхода** и, в особенности, в теории политического восприятия. Изучая образ страны комплексно, учитывают не только содержание образа, но и его сложную психологическую структуру. Кроме рациональных, здесь выделены еще и неосознаваемые пласти

образа страны. В политико-психологической литературе последних лет появились работы, где проблема восприятия анализируется применительно к восприятию своей собственной и других стран [Бокова, Ван Бейбей 2016]. Такого рода подход позволил нам сформулировать собственную концептуальную модель, представленную ниже.

Концептуальная модель изучения образов стран и описание исследования

Наш анализ показал, что образ своей страны у наших респондентов имеет, наряду с *рациональными компонентами, неосознаваемые*, по преимуществу эмоциональные составляющие. Их выявление требует специальной методологии. В психологической структуре образа отслежены такие параметры, как *привлекательность, сила и активность*. В содержательном плане мы выявляли наличие и определяли значимость следующих компонентов образа страны:

- территория;
- власть;
- лидер;
- население;
- роль страны в мире.

На формирование образов страны влияют объектные факторы [Шестопал 2019, с. 44–72] (сама страна, ее лидеры и население и контекст, в котором выделены устойчивые и изменчивые компоненты). Интересуют нас и *субъектные факторы*: социально-демографические и психологические характеристики воспринимающих страну граждан. Один из центральных здесь – *территориальный фактор*. *Темпоральный фактор* позволяет понять, как меняются образы страны со временем, как респонденты видят этот образ в настоящем, прошлом и будущем. В предложенной модели учтен также и *коммуникативный фактор*, который в современной политике играет особую роль.

Примененная исследовательская модель позволяет получить актуальное представление опрошенных о том, как «Мы» видим «Их», какова степень нашей с этими странами общности и отличий, то есть картину мира, сложившуюся в сознании российских граждан.

Методология. Отдельные части эмпирического исследования проводились в разные годы, начиная с 2014 г. по 2019 г. Последний этап исследования проходил с 2017 г. по 2020 г.

Методология включала в себя *опрос* с большим количеством открытых вопросов, фокусированные *интервью* с использованием метода «неоконченных предложений», а также метод *проективных тестов* («рисунок России»), *картографический метод* и *семантический дифференциал*. Неосознаваемые аспекты образа страны зафиксированы посредством выявления метафор в ответах и анализом символов и сюжетов в рисунках. Для интерпретации полученных данных использованы *качественные методы* с элементами *количественных*, в частности методы кодирования и шкалирования ответов на открытые вопросы, а также статистический анализ.

Выборка. В исследовании участвовали респонденты из Москвы, Брянской, Самарской, Саратовской, Смоленской, Томской и Челябинской областей, республик Башкортостан, Дагестан, Крым и Тыва. Выборка в целом превышает 3000 опрошенных. На каждом этапе численность респондентов определялась исходя из задач и стандартов качественного исследования. Не будучи репрезентативной для России в целом, выборка была сбалансирована по полу, возрасту и образованию.

Результаты исследования и их обсуждение

«Мы». Образ России в самой России. Первое, что бросается в глаза – процесс формирования национально-государственной идентичности в сознании наших граждан (чувство «мы»), несмотря на тридцатилетний период, трансформации явно не завершен. На вопрос «кто мы такие?» однозначного ответа пока нет. Национально-государственная идентичность оказалась расколотой между национально-государственной, региональной, поколенческой и иными частными идентичностями, которые гражданам осознать значительно проще, чем свою связь со страной в целом.

Впрочем, в этом мы не уникальны, и идентификационный раскол не исключительно российская особенность. Например, С. Хантингтон, исследуя проблему американской идентичности в книге «Кто мы?», изданной в 2004 г., также указывал на противоречия между национальной и космополитической, национальной и субнациональной идентичностями в современной Америке [Хантингтон 2018, с. 20–33]. Именно нерешенность этих противоречий привела в 2019–2021 гг. к политическим, расовым, гендерным и другим расколам американского общества.

Еще одна проблема, на которую указал Хантингтон и с которой столкнулись и мы в нашем исследовании, – различия в национальной идентичности у рядовых граждан и представителей элит, особенно транснациональных. Они не отождествляют ни себя, ни свои корпоративные и личные интересы со своей страной. Хантингтон показал, что отличие в восприятии своей страны между элитами и обществом есть величина не постоянная. Разрыв между ними может сокращаться в моменты серьезных угроз нации. Ситуация резко изменилась в США в связи с событиями 11 сентября 2001 г. В России поразительный сдвиг в сторону консолидации нации произошел под влиянием крымских событий 2014 г. Однако в наших условиях этот кризис был куда более острым, помноженным на катастрофическое разрушение прежней идентичности с распадом Советского Союза.

Присоединение Крыма к России и последующая череда санкций Запада против нашей страны помогли нам в поиске ответа на вопрос: кто мы такие? Ответ оказался во многом связан с осознанием особого пути России, отличия от Запада по ключевым национальным целям и ценностям. События того периода поставили в повестку дня начавшуюся в тот период, но так и не доведенную до конца «национализацию» элит.

Кризис национально-государственной идентичности благодаря «Крымской весне» был несколько смягчен, но не преодолен полностью. Незавершенным в сознании граждан остался и «крымский консенсус». Даже в чисто пространственном смысле образы России и Крыма до конца не слились в сознании опрошенных. Такая же проблема была выявлена и в отношении других регионов (Калининград, Сахалин). Очевидно, что стихийный процесс консолидации идет нелинейно, и без внятной политической и информационной стратегии государства его успех не гарантирован. Общество самостоятельно вряд ли сможет вернуться к «норме».

В то же время, несмотря на определенные зигзаги, фундаментальные сдвиги в мас-совом сознании россиян все же произошли, и вряд ли этот процесс кардинально повернется вспять. «Комплекс национальной неполноценности», который доминировал у нас на протяжении почти трех десятилетий для **большинства граждан**, остался в прошлом. Правда, его остаточные проявления были обнаружены у отдельных групп населения.

Образ своей страны в сознании граждан имеет довольно четкие очертания в отношении **содержательных характеристик**: Мы отслеживали 6 среди из них:

– стержневым компонентом образа страны выступает **народ**. Данный конструкт имеет наибольшую устойчивость и единообразие даже с учетом разнообразия региональных типов восприятия;

– **образ политического лидера** – один из ключевых компонентов в восприятии страны. Речь здесь идет как о лидерах прошлого, так и о действующих политиках. В представлениях россиян именно политический лидер должен предложить национальную идею, стратегию и образ будущего страны;

– **власть** выступает самой рельефной частью образа, что не мешает респондентам оценивать ее весьма негативно. Представления о федеральной власти в стране формируются сквозь призму восприятия более близких респонденту местного и регионального уровней властей. Здесь есть свои исключения. В частности, в Москве мы столкнулись с феноменом слияния в сознании граждан властей разного уровня. В столице респонденты видят власть только как федеральную. Городская власть как бы «проваливается» под весом федеральной;

– отвечая на вопрос о том, что для них значит Россия, респонденты с уверенностью выделяли параметр **территории**. Большинство убеждены, что наши границы останутся прежними. Своей земли мы никому не отдадим, а прирасти она может разве что за счет Донбасса. Поправки в Конституцию, которые касаются невозможности отчуждения нашей территории, отвечали ожиданиям граждан. Свою континентальную и культурную идентичность респонденты связывают преимущественно с Европой, видя себя ее частью;

– к пространственным компонентам образа страны примыкают и его **культурно-исторические** аспекты. Они актуализируют идентификацию с местом, с образами прошлого и будущего. Полученные данные показывают, что образ России у российских граждан содержит определенный набор противоречий. Среди них фрагментация символического пространства образа страны, размытие пространственных границ, амбивалентность прошлого, идеализация будущего в сочетании с негативной оценкой настоящего. Подобные противоречия могут сигнализировать о серьезных глубинных проблемах формирования национально-государственной идентичности современного общества;

– **миссия России на международной арене** – наиболее подвижный компонент. В настящее время этот аспект вызывает у опрошенных более позитивный отклик, чем внутренняя политика. Миссию страны на международной арене они видят не в завоеваниях и агрессии, а в том, чтобы быть защитниками более слабых и угнетенных, нести другим народам мир. Не приходится сомневаться, что возвращение к «нормальности» в мировых делах наши граждане связывают с ролью России как великой державы и однозначно одобряют действия власти по возвращению стране этого статуса.

Другое измерение образа страны – его **психологические характеристики**. Они отличаются определенной противоречивостью. **Эмоциональной доминантой** в нем служит образ народа с исключительно позитивным характером. Столь же положительным выглядит и образ национального лидера. Вместе с тем этим двум компонентам противостоит негативный образ власти в сознании ее граждан. Правда, его стали воспринимать намного позитивнее, чем в 2000-е и тем более в 1990-е гг. Прогресс, достигнутый в последние годы, несомненен.

Еще один вывод касается **когнитивного измерения** образа своей страны. В отличие от образов других стран, он обладает высоким уровнем когнитивной наполненности и интереса. Многие исследователи фиксируют быстрые изменения картины мира российских граждан, и особенно взгляда на самих себя [Дробижева 2017; Ильинская 2016], что связано с преодолением кризиса российской идентичности 1990-х–2000-х гг. Политическая оптика сегодня меняется по сравнению с тем периодом и с точки зрения смыслов и ценностей, которые составляют стержень идентичности, и в характере отражения происходящих процессов.

«Они». Образы других стран в сознании граждан новой России. Сознание наших сограждан, вся картина мира пережили за последние три десятилетия несколько серьезных поворотов и стрессов. В основе внешнего для нас мира в первые годы после распада СССР лежали представления, сформированные советской идеологической системой координат.

В книге Б. Грушина «Четыре жизни России в зеркале опросов общественного мнения» приведены данные социологических опросов. Они показывают, что, начиная с 1960-х гг., во времена Н. Хрущева и Л. Брежнева советские граждане искренне верили, что их страна – лучшая. Более того, их знания о других странах были когнитивно довольно богатыми, хотя и не свободными от ряда пропагандистских клише [Грушин 2001].

Разрушение этой стройной картины мира, где «мы» – хорошие, а «они» – враги, мечтающие нас уничтожить, произошло в конце 1980-х, в годы перестройки. В этот период начался критический пересмотр советского наследия. Вместе с псевдомарксистской идеологией была разрушена и наша национальная идентичность, замененная ценностями «демократии», «гласности» и «прав человека». В массовое сознание настойчиво внедрялась мысль, что там, в «цивилизованных» странах не только уровень жизни выше, и сами эти страны – пример того, как надо жить. «Прорабы перестройки» (В. Коротич, Ю. Афанасьев, Д. Волкогонов и другие) характеризовали советский период истории России как «черную дыру», отклонение от ее магистрального пути, от «нормы». Во многом образ России как страны, которую большевики завели «не туда», стал основой комплекса «национальной неполноценности», сформировавшейся в нашем обществе. На место формулы – «мы – хорошие, они – плохие» пришла формула «они – хорошие, мы – плохие».

В первые годы после падения «железного занавеса» россияне массово выезжали за рубеж и были очарованы новым для них миром. Это была своеобразная реакция на нашу прежнюю закрытость. Именно в открытости многим виделось основное завоевание демократии. Расставшись с прошлыми штампами и идеологическими клише, наши граждане наивно поверили, что мир стал иным и с восторгом принял нас в свои объятья. Мир в целом и, особенно, так называемый цивилизованный западный мир, казался дружелюбным и готовым к сотрудничеству.

В 2000-е – 2010-е гг. и особенно после 2014 г. в обществе наступило некоторое отрезвление. Столкнувшись с санкциями и угрозами, мы вспомнили старую фразу, что у России есть только два союзника: армия и флот. По существу, в прошедшие годы восприятие не только стран Запада, но и партнеров, соседей, бывших союзников, заметно трансформировалось в нашем обществе.

Сегодня большинство населения здраво оценивает усложняющийся контекст взаимодействия нашей страны с зарубежными «партнерами», воспринимаемыми как конкуренты, а то и открытые враги. Западных «партнеров» стоило бы поблагодарить за напоминание, что в geopolитической игре все страны играют за свои команды, соблюдая собственные национальные интересы. Игра эта мало напоминает поддавки, в которые играли сначала М. Горбачев, а затем Б. Ельцин.

Наше исследование показало, что «комплекс национальной неполноценности», который доминировал у нас на протяжении почти трех десятилетий, для большинства граждан остался в прошлом. Конечно, его проявления все еще фиксируются у части населения, причем у наиболее образованной и космополитичной. Интересна в этом отношении группа молодых респондентов. С одной стороны, взгляд на свою страну во многом определяется глобальными сетями, которые формируют у них «заимствованную извне» точку зрения. С другой стороны, эта возрастная группа начисто лишена каких-либо собственных комплексов, кроме разве что комплекса превосходства. У них нет чувства стыда. Впрочем, среди старшего поколения также все еще встречается подобное самоуничижение.

Анализ образов разных стран в сознании россиян показал: «другие», конечно, отличаются от нас уникальными неповторимыми чертами. Однако есть и нечто общее, обусловленное скорее особенностями нашего национального менталитета. Оценивая ту или иную страну, респонденты относят ее к определенной категории. Сам их набор характеризуется степенью эмоциональной близости той или иной страны к нам по шкале «свой–чужой», ее привлекательностью, силой и рядом других критерии.

Соседи по постсоветскому пространству

Прежде всего нас интересовали образы бывших республик СССР. В проекте они были представлены двумя славянскими странами (Украина и Белоруссия), тремя закавказскими республиками (Армения, Грузия, Азербайджан) и тремя странами Средней Азии (Казахстан, Киргизия и Таджикистан).

В нашей внешнеполитической стратегии эти страны обозначены как ключевое направление российской внешней политики [Концепция...]. В отличие от официальной позиции МИДа, наши респонденты не воспринимают отношения с этими странами как самые значимые для них лично и для страны в целом. Если на рациональном уровне они еще признают их важность, то неосознанно в это до конца не верят, полагая, что США, Европа или Китай намного для нас важнее.

Можно зафиксировать достаточно амбивалентное отношение граждан к этим странам, его переходный характер: от советского единства и «дружбы народов» мы уже ушли, а к более формальным связям с «заграницей» так и не дошли.

Примечательно, что авторитарные характеристики политических режимов ряда стран воспринимаются не как слабость, а скорее как преимущество. Наиболее комфортными для проживания странами с потенциалом и достаточно благополучным будущим выглядят Казахстан и Белоруссия, чьи персоналистские режимы респонденты трактуют как важное условие их поступательного развития.

Забытые союзники (Латинская Америка и Африка). Страны Латинской Америки российские граждане, как и ранее советские, включают в перечень друзей России, однако вспоминают их в последнюю очередь. С одной стороны, к странам Латинской Америки, как и Африки, российские граждане сохранили теплые чувства (42%). С другой – большинство опрошенных о них уже или совсем не помнят или с усилием вспоминают как о «забытых союзниках».

Позитивные образы стран Африки и Латинской Америки, в отличие от прежних советских образов, имеют *неполитический характер*. В частности, повышенное внимание у россиян вызывает футбол. Неудивительно: сборные латиноамериканских государств неоднократно выигрывали чемпионаты мира. Аргентинские, бразильские и африканские игроки выступают в ведущих клубах мира, широко известны и по российским турнирам.

Образы этих групп стран объединяет и некая ностальгия по более тесному, насыщенному общению с народами Латинской Америки и Африки в советский период.

Европа – «значимый другой». Место Европы в российской культуре, политике и истории трудно переоценить. С петровских времен наша национальная самооценка формировалась в сравнении с Европой, которая выступала своего рода эталоном. Образ Европы у современных россиян ассоциируется как с Евросоюзом, так и с отдельными странами.

Евросоюз. Наше исследование показало прежде всего значимость *политического контекста* его восприятия. Оценки ЕС, начиная с 2014 г., стабильно ухудшались. В такой ситуации близость культурных традиций, уважение к европейскому наследию оказались отодвинутыми ощущением ненадежности ЕС как партнера, даже его «предательством» под давлением США.

В содержательном плане ЕС важен не столько как политический, сколько как экономический союз, причем респонденты отмечают прежде всего финансовые институты. Военная мощь практически отсутствует.

Интересными оказались отличия между имевшими личный опыт посещения ЕС и теми, кто основывает свое восприятие на информации СМИ. Вопреки нашим предположениям, более позитивным оказалось отношение к ЕС у тех, кто там ни разу не бывал. Впрочем стереотипы, почерпнутые из наших же СМИ, оказались весьма устойчивыми. Однако высокая привлекательность образа ЕС не мешает относиться к нему с настороженно-

стью и недоверием, чаще видеть угрозу безопасности России с его стороны. По мнению опрошенных, опасно для нас приближение границ НАТО и развертывание системы ПРО.

Европа для нас — это не только ЕС, сколько отдельные страны континента. Наиболее четкими и когнитивно богатыми оказались представления наших граждан только о Великобритании и Германии, оцененные нашими респондентами как страны сильные и влиятельные. Даже Франция, не говоря уже о других государствах региона, в большей степени воспринимаются, скорее, как направления туристических маршрутов, нежели участники международных отношений.

Эмоциональный знак образов большинства стран Европы позитивен. Чаще всего их расценивают как партнеров или соседей. К наиболее «враждебным» опрошенные относят Великобританию и Эстонию, а самой «дружественной» считают Испанию.

Стратегические партнеры: Китай и Индия. Применительно к этим двум странам респондентами достаточно часто используется категория «стратегических партнеров». В то же время можно заметить принципиальную разницу в восприятии нашими гражданами этих стран и их народов. В истории советско-китайских отношений в середине XX в. имелись значительные охлаждения. Не забывая прошлое, Китай признают geopolитическим и торговым партнером. Россияне, тем не менее, опасаются возможного вооруженного столкновения или китайской экспансии на Востоке у наших границ. Лимитированный (со стороны Китая) гражданский диалог и небольшая популярность Поднебесной у наших туристов не способствуют искоренению стереотипов, не помогают россиянам понять китайцев. В последнее время заметное негативное воздействие на образ Китая и китайцев оказалась эпидемия коронавируса.

Что касается Индии как государства, то у россиян выработалось дружеское отношение, но сам народ кажется им далеким, непонятным.

США – образ врага. У образа США в сознании российских граждан есть ряд отличий – как в его психологической структуре, так и смысловой наполненности. По своим психологическим особенностям этот образ когнитивно сложен и четко сформирован. Его эмоциональная составляющая отличается яркостью негативных реакций. Доля тех, кто видит в образе США положительные характеристики, не превышает 16%.

Три психологических параметра образа – привлекательность, сила и активность отличают США от других изучаемых нами стран. Так, образ выглядит крайне непривлекательным. В то же время в нем ярко выражены сила и активность. В этих двух характеристиках не сомневался ни один респондент.

Содержательное наполнение образа США также несколько выбивается из общего ряда образов других стран. Прежде всего отметим, что политическая составляющая образа США очень выразительна по сравнению с другими аспектами. При этом российские респонденты видят США в первую очередь сквозь призму внешнеполитических конфликтов и противоречий. И американское государство, и власть, и лидеров, и миссию страны на международной арене они воспринимают исключительно негативно. Образ США – это «враг» в чистом виде.

Туристическая Мекка: образы Турции и Таиланда. Обе страны связывает их высокая туристическая привлекательность для российских граждан. Образ Таиланда когнитивно беден. Он построен на ассоциациях и стереотипах. В отношении Турции значимыми для восприятия факторами стали: исторические пересечения (особенно русско-турецкие войны), относительная близость территорий, некоторые аспекты международного сотрудничества Турции и России, а также личный опыт посещения многими россиянами данной страны.

Образ Турции в сознании российских граждан трудно назвать гармоничным. В нем присутствует достаточное количество противоречий. Например, турок описывают как доброжелательных и услужливых, и в то же время как неискренних и стремящихся обмануть.

С Турцией налажены неплохие экономические отношения (туризм, крупные проекты в сфере ВПК, энергетики). Однако международная политика Турции в отношении России часто оставляет у опрошенных негативное впечатление. Впрочем, это не мешает им ездить туда на отдых даже в моменты резкого обострения отношений.

Индустринг гостеприимства и в целом «мягкая сила» в политике Турции и Таиланда оказывают существенное воздействие на их восприятие российскими гражданами. Для большинства россиян эти страны действительно стали «туристической Меккой». Положительное восприятие закрепилось на эмоциональном уровне российского массового сознания несмотря на то, что на рациональном уровне граждане вполне осведомлены об опасностях этих «райских уголков».

* * *

Подытоживая наше исследование, обратимся к тем вопросам, которые следуют из полученных результатов и требуют дальнейшего изучения.

Первый их них касается перспектив преодоления идентификационного кризиса. Чудом удержавшись на краю пропасти, мы смогли сплотиться и возвращаемся к самим себе. Были и шаги назад (посткрымский синдром), и продвижения вперед к большей консолидации общества (Олимпиада в Сочи и Чемпионат мира по футболу).

Несмотря на очевидные успехи, однозначно говорить о преодолении кризиса мы пока не можем. Очевидно, что для окончательного успеха обществу не хватает крупных целей и проектов, которые не сводились бы к организации массовых празднеств или отдельных спортивных или международных побед, способных поднять национальный дух. Страна нуждается в новой стратегии с дальными и органичными для нашей культуры целями, в незаурядных моральных лидерах.

Предстоит преодолеть идентификационный раскол между большинством общества и элитами, цели и ценности которых не совпадают. «Национализация элит» явно не завершена, что вызывает у граждан острое ощущение несправедливости. Общество и власть по-разному оценивают значение тех или иных стран для России.

С этим явлением связан и **второй вопрос**: почему наше общество использует две совершенно разные системы оценки «других» – стран ближнего и дальнего зарубежья, партнеров и конкурентов, друзей и врагов. Психологический парадокс восприятия состоит в том, что близкие по целям и интересам партнеры, соседи менее значимы для нашей страны, чем более далекие территориально, психологически и исторически «чужие» и даже враждебные страны?

Третья тема для дальнейшего анализа касается парадоксального видения многих, если не большинства зарубежных стран исключительно с точки зрения туризма и отдыха. За исключением США наши представления о других странах ассоциированы прежде всего с неполитическими сюжетами и интересами.

В советские годы зарубежный мир привлекал нас как место с бурной политической жизнью, интересами разных партий и общественных движений, народными традициями и высокой культурой. В 1990-е–2000-е гг. мы знали, что за рубеж едут работать или учиться, торговать или просто за покупками. Сейчас наши респонденты рассматривают другие страны исключительно как место отдыха и путешествий. Единственное исключение – футбол и футbolисты. Столь узкое представление о других странах, народах и государствах говорит об ужасной духовной бедности, которая никогда не была характерна для русской культуры.

В наибольшей степени это относится к «туристической Мекке»: Турции, Таиланду, Египту. Однако тот же тренд зафиксирован и в восприятии Чехии и Франции, Нидерландов и Испании. Подобный взгляд на другие страны можно, конечно, объяснить желанием

получить за свои деньги полноценный отдых за рубежом. Не поддается объяснению тот факт, что наши граждане готовы рисковать жизнью, покупая билет в Турцию сразу после убийства российского посла и гибели русского летчика, в Турцию, где свирепствует пандемия. Умом понимая, что туда ехать опасно, все равно едут.

Проведенное нами исследование показало: за три десятилетия свободного перемещения по миру миллионов наших граждан их картина мира не обрела ни систематичности, ни когнитивной четкости и явности. Они так и живут в плену стереотипов и штампов. Видимо, только личного опыта недостаточно для должного восприятия картины зарубежного мира, включающей не только знания, но и сформированную с учетом наших национальных интересов систему ценностей. Без грамотной информационной политики государства тут не обойтись.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Браун Дж. (2018) Антибрендинг России в американских медиа // Международные процессы. Т. 16. № 2. С. 91–121.
- Ван Бэйбэй, Бокова Н.Б. (2016) Сравнительный анализ рациональных и бессознательных аспектов восприятия власти в Китае (по результатам эмпирического исследования) // Политическая наука. № 2. С. 170–192. ИНИОН РАН.
- Галумов Э. (2013) Имидж против имиджа. Образ России: дефицит «мягкой силы» / З.Г. Медоева, И.А. Василенко, Е.М. Малышева [и др.] // ПОЛИС. № 4. С. 88–99.
- Грушин Б. (2001) Четыре жизни России в зеркале опросов общественного мнения. Очерки массового сознания россиян времен Хрущева, Брежнева, Горбачева и Ельцина. В 4-х кн. Жизнь 1-я. Эпоха Хрущева. М.: Прогресс-Традиция.
- Дробижева Л.М. (2017) Общероссийская идентичность и уровень межнационального согласия как отражение вектора консолидационных процессов // Социологические исследования. № 1 (393). С. 26–36;
- Евгеньева Т.В., Селезнева А.В. (2017) Трансформация национально-государственной идентичности российской молодежи в постсоветский период: ценностные основания и символические презентации // Полития: Анализ. Хроника. Прогноз. № 4. С. 48–64.
- Ильинская С.Г. (2016) Метаморфозы российской идентичности в контексте постсоветского развития. М.: ИФ РАН.
- Колосов В.А. (2008) Географические образы и geopolитические представления: пути формирования и подходы к изучению // Вестник ДВГСГА. Сер. 1. Гуманитарные науки. № 1. С. 72–91.
- Концепция внешней политики Российской Федерации (<http://www.kremlin.ru/acts/news/785>).
- Семененко И.С. (2007) Культура, общество и образ России // Журнальный клуб Интелрос «Неприкосновенный запас». №1 (http://www.intelros.ru/2007/05/29/irina_semenenko_kultura_obshhestvo_i_obraz_rossii.html).
- Хантингтон С. (2018) Кто мы? М.: Изд-во АСТ.
- Харт Э., Джонс Б. (2011) Как укрепляются растущие державы? // Вестник международных организаций. № 2 (33). С. 11–25.
- Шестопал Е.Б. (2019) Власть и лидеры в восприятии российских граждан. Четверть века наблюдений (1993–2018). М.: Весь мир.
- Шестопал Е.Б. (ред.). (2012) Психология политического восприятия в современной России. М.: РОССПЭН. С. 337–378.
- Castano E., Bonacossa A., Gries P. (2016) National Images as Integrated Schemas: Subliminal Primes of Image Attributes Shape Foreign Policy Preferences // Political Psychology. Vol. 37. No. 3. Pp. 351–366;
- Chaban N., Elgström O., Gulyaeva O. (2017) Russian Images of the European Union: Before and after Maidan // Foreign Policy Analysis. № 13. Pp. 480–499.
- Cottam M. (2004) Introduction to Political Psychology / M. Cottam [et al.]. Mahwah; New Jersey; London: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- Cottam M.L., Cottam R.W. (2001) Nationalism and Politics: The Political Behavior of Nation States. London: Boulder.

Herrmann R., Voss J.F., Shchooler T.Y.E., Ciarrochi J. (1997) Images in International Relations: An Experimental Test of Cognitive Schemata // International Studies Quarterly. No. 41. Pp. 403–433;

Herrmann R.K., Fischerkeller M.P. (1995) Beyond the enemy image and spiral model: Cognitive-strategic research after the Cold War // International Organization. Vol. 49. No. 3. Pp. 415–450.

Li (Leah) X., Chitty N. (2009) Reframing national image: A methodological framework // Conflict & communication online. Vol. 8. No. 2 (http://www.cco.regener-online.de/2009_2/pdf/li_chitty.pdf).

REFERENCES

- Bokova N.B., Van Beibei (2016) Sravnitelnyi analiz rationalnyh i bessoznateльnyh aspektov vospriyatiya vlasti v Kitaje [Comparative study of rational and unconscious aspects of power perception in China]. *Politicheskaya nauka*. Special issue, no. 2, pp. 170–192.
- Brown J. (2018) Antybrending Rossii v amerikanskikh Media [Antybrending of Russia in American Media]. *Mezhdunarodnye processy*, vol. 16, no. 2, pp. 91–121.
- Concepciya vneshej politiki Rossijskoj Federacii* [Russian Federation foreign Policy Concept] (<http://www.kremlin.ru/acts/news/785>).
- Cottam M. (2004) *Introduction to Political Psychology*. M. Cottam (eds.) [et al.]. Mahwah; New Jersey; London: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- Drobizheva L.M. (2017) Obshcherossijskaja identichnost i uroven mezhnatsionalnogo soglasija kak otrazhenije vektora ronsolidatsionnyh processov [All-Russian identity and a level of interethnic consent as a reflection of a vector of consolidation processes]. *Sociologicheskie issledovaniya*, no. 1 (393), pp. 26–36.
- Evgenjeva N.V., Slezneva A.V. (2017) Transformacija natsionalno-gosudarstvennoj identichnosti rossijskoj molodezhy v post-sovjetsky period: tsennostnye osnovaniya i symbolicheskie representatsii [Transformation of a Russian youth national identity in a Post-Soviet period: value basis and symbolic representations]. *Politiya*, no. 4, pp. 48–64.
- Galumov E. (2005) Imidzh protiv imidzha [Image against image]. *POLIS*, no. 4, pp. 88–99.
- Grushin B. (2001) *Chetyre zhizni Rossii v zerkale obshchestvennogo mnenija. Ocherky massovogo soznanija rossijan vremen Chrushev, Brezhneva, Gorbacheva i Yeltsyna v 4-h knigah. Zhizn 1-aja. Epoha Chrushev* [Four lives of Russia in a public opinion mirror. Essays of Russians' mass consciousness of Khrushchev, Brezhnev, Gorbachev's and Yeltsin's times]. Moscow: Progress-Tradičiya.
- Hart A., Jones B. (2011) Kak ukrepljautsja rastushchije derjavy? {How do the growing states strengthen?} *Vestnik mezhdunarodnyh organizasyj*, no. 2 (33), pp. 11–25.
- Herrmann R., Voss J.F., Shchooler T.Y.E., Ciarrochi J. (1997) Images in International Relations: An Experimental Test of Cognitive Schemata. *International Studies Quarterly*, no. 41, pp. 403–433.
- Herrmann R.K., Fischerkeller M.P. (1995) Beyond the enemy image and spiral model: Cognitive-strategic research after the Cold War. *International Organization*, vol. 49, no. 3, pp. 415–450.
- Huntington S. (2018) Kto my? [Who we are?]. Moscow: AST.
- Ilinskaya S.G., (2016) *Metamorfozy rossijskoy identichnosti v kontekste postsovetskogo razvitiya* [Metamorphoses of Russian Identity in the Context of Post-Soviet Development]. Moscow: IF RAN.
- Kolosov V.A. (2008) Geograficheskiye obrazy i geopoliticheskiye predstavleniya: puti formirovaniya i podkhody k izucheniyu [Geographic images and geopolitical representations: ways of formation and approaches to study]. *Vestnik DVGSGA*. Ser. 1. Gumanitarnyye nauki, no. 1, pp. 72–91.
- Li (Leah) X., Chitty N. (2009) Reframing national image: A methodological framework. *Conflict & communication online*, vol. 8, no. 2 (http://www.cco.regener-online.de/2009_2/pdf/li_chitty.pdf).
- Semenenko I. S. (2007) Kultura, obshchestvo i obraz Rossii [Kulture, society and Russia's Image]. *Zhurnalny klub Intelros «Neprikosnovjenny zapas»*, no. 1, (http://www.intelros.ru/2007/05/29/irina_semenenko_kultura_obshhestvo_i_obraz_rossii.html).
- Shestopal E.B. (ed.) (2012) *Psychologija politicheskogo vosprijatija v sovremennoj Rossii* [Psychology of political perception in contemporary Russia]. Moscow: ROSSPEN, pp. 337–378.
- Shestopal E.B. (2019) *Vlast i lidery v vospriyatiu rossijskikh grazhdan. Chetvert veka nablyudenij (1993–2018)*. [Authorities and leaders in the perception of Russian citizens. A quarter of a century of observations (1993–2018)]. Moscow: Ves mir.

Информация об авторе

Шестопал Елена Борисовна, доктор философских наук, профессор, зав. кафедрой социологии и психологии политики факультета политологии МГУ им. М.В. Ломоносова. Адрес: Москва, Ломоносовский проспект, 27, корп.4, к.561 E-mail: shestop0505@rambler.ru

About the author

Elena B. Shestopal, Doctor of Science (Philosophy), professor, Head of the Chair of Sociology and Psychology of Politics, Dept. of Political Science, M.V.Lomonosov Moscow State University. Address: 27. building 4, office 561. Moscow, Lomonosovsky prosp. E-mail: shestop0505@rambler.ru

Статья поступила в редакцию / Received: 06.04.2021

Статья поступила после рецензирования и доработки / Revised: 15.04.2021

Статья принята к публикации / Accepted: 22.04.2021