DOI: 10.17976/jpps/2016.03.03

ОБРАЗЫ ЕВРОСОЮЗА В РОССИИ: ПРОБЛЕМЫ ВОСПРИЯТИЯ[1]

Е.Б. Шестопал, В.А. Губченко, Ш.З. Джамалудинов, К.Б. Джгамадзе, И.А. Тумысов[2]

ШЕСТОПАЛ Елена Борисовна, доктор философских наук, профессор, зав. кафедрой социологии и психологии политики факультета политологии МГУ им. М.В. Ломоносова. Для связи с автором: shestop0505@rambler.ru; **ГУБЧЕНКО Владимир Анатольевич, аспирант кафедры социологии и психологии политики факультета политологии МГУ им. М.В. Ломоносова.** Для связи с автором: vladgubchen@gmail.com; **ДЖАМАЛУДИНОВ Шамиль Зубаирович, аспирант кафедры социологии и психологии политики факультета политологии МГУ им. М.В. Ломоносова. Для связи с автором:** dzhamaludinov.s.z@gmail.com; **ДЖГАМАДЗЕ Кристина Бадровна, аспирант кафедры социологии и психологии политики факультета политологии МГУ им. М.В. Ломоносова.** Для связи с автором: di-an-a@yandex.ru; **ТУМЫСОВ Илья Александрович, аспирант кафедры социологии и психологии политики факультета политологии МГУ им. М.В. Ломоносова.** Для связи с автором: tumysov@gmail.com

Статья поступила в редакцию 27.01.2016. Принята к публикации 03.03.2015

Аннотация. Исследование, проведенное кафедрой социологии и психологии политики факультета политологии МГУ, сфокусировано на том, каким предстает Евросоюз в сознании российских граждан в момент обострения отношений нашей страны с этой организацией. Для этого была использована политико-психологическая методология, позволяющая выявить не только рациональный, но и неосознаваемый пласт образа ЕС. Авторы приводят данные, дающие ответы на вопросы: считают ли респонденты ЕС партнером, врагом или другом России? Насколько эта организация воспринимается ими как сильный и эффективный игрок на международной арене? Стоит ли нам строить отношения с Евросоюзом как с единой организацией или нам выгоднее иметь дело с отдельными странами? Как россияне оценивают санкции, введенные Евросоюзом в отношении России? Анализ ответов на эти

[1] Рубрика "Тема номера" в этом выпуске посвящена 15-летнему юбилею кафедры социологии и психологии политики факультета политологии МГУ, которая была образована в рамках отделения политологии философского факультета МГУ в мае 2000 г., а на факультете политологии МГУ существует с 1 декабря 2008 г. За 15 лет выпущены десятки студентов, специализировавшихся по кафедре, защитилось более 40 кандидатов политических наук. Кафедра стала центром научной школы, в рамках которой разрабатывается политико-психологическая и политико-социологическая проблематика. Свой юбилей кафедра встретила выходом в свет трех монографий. В издательстве "Аргамак Медиа" изданы две: "Путин 3.0. Общество и власть в новейшей истории России" и "Современная элита России: политико-психологический анализ". Третья книга "*New Trends in Russian Political Mentality*" опубликована в 2016 г. солидным американским академическим издательством *Lexington Books*. За прошедшие годы приоритетными стали два направления исследовательской работы. Первое – изучение **политического восприятия**. Коллектив кафедры исследует образы самых разных политических объектов: власти и государства, партий и парламента, лидеров из числа правящей элиты и оппозиции. В статье, подготовленной Е.Б. Шестопал с соавторами из числа аспирантов кафедры, представлены результаты нового исследования, посвященного восприятию Евросоюза в России. Тема стала особенно актуальной с началом российской военной операции в Сирии в последние полгода, и само исследование было проведено в конце 2015 г. В рамках того же направления – третья статья рубрики, авторы которой, А.Л. Зверев, И.С. Палитай, Н.В. Смулькина, А.И. Рогозарь, пишут о новейших тенденциях политического восприятия в российском обществе. Статья А.В. Селезневой и Т.В. Евгеньевой посвящена проблеме ценностного и образно-символического пространства **российской идентичности**. Разумеется, круг научных интересов сотрудников и аспирантов кафедры существенно шире этих двух направлений. Но статьи рубрики, надеемся, дадут представление о том, над чем работает кафедра социологии и психологии политики, и о ее творческом потенциале.

[2] Обработку количественных данных с использованием пакета SPSS и анализ влияния субъектных факторов на восприятие ЕС проводила А.И. Рогозарь (аспирант кафедры социологии и психологии политики факультета политологии МГУ им. М.В. Ломоносова).

и другие вопросы позволил авторам сделать ряд выводов. Образ ЕС отличается амбивалентностью и неустойчивостью. Наиболее важным результатом стало то, что более половины опрошенных считают ЕС сильным, но постепенно слабеющим под воздействием США "декоративным союзом". В образе присутствуют признаки старения. Большинство считают ЕС партнером, однако многие разочарованы в нем (называют его ненадежным и неверным). Примерно четверть видят в нем врага, и только незначительное число рассматривают его как друга. При этом в будущем опрошенные не видят альтернативы отношениям добрососедства и партнерства. Более того, большинство из опрошенных себя ощущают частью Европы.

Ключевые слова: восприятие; образы; Россия; Евросоюз; партнер; друг; враг; политико-психологический подход.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ

Восприятие международных акторов друг другом становится особенно актуальным в свете обострения глобальных и региональных конфликтов. Во-первых, число драматических событий в последнее время нарастает ускоренно и лавинообразно. Вспомним хотя бы недавние события конца 2015 г.: гибель пассажирского самолета над Синаем, теракты в Париже, сбитый Турцией российский Су-24, стрельба в Калифорнии. Эти трагедии так или иначе связаны с ближневосточным конфликтом, ставшим триггером быстро меняющегося расклада сил на международной арене. Распадаются и складываются коалиции стран, на месте отдельных государств, вовлеченных в конфликты, появляются группы игроков, меняется их политический вес.

Во-вторых, все события такого рода мгновенно становятся достоянием гласности, и реакция на них нередко обусловливается характеристиками тех образов, которые с небывалой ранее скоростью формируются в обществе под влиянием традиционных СМИ и Интернета. Некоторые авторы уже пишут о развитии интернет-дипломатии, где министры иностранных дел вынуждены действовать в Интернете [Leach 2013]. В условиях использования новых каналов политической коммуникации и появления новых игроков на международной арене особенно остро встает вопрос о восприятии акторов международной политики.

Темой настоящего исследования стало восприятие Евросоюза в России. Обозначим несколько общих проблем, определяющих наше видение этой проблемы. Первая – контекст взаимодействия. Не случайно в ответ на санкции со стороны Запада все опросы последнего времени фиксируют взрывной рост негативных эмоций россиян в отношении ЕС[3]. По данным Левада-Центра[4], с мая 2014 г. стали плохо относиться к Евросоюзу порядка 60% россиян (для сравнения: этот показатель в сентябре 2013 г. составлял 28%).

Вторая проблема связана с фактором времени. Нам представляется, что нынешний кризис не определяется отдельными локальными событиями, но имеет системный характер. Поэтому нам предстоит достаточно долго жить в ситуации принципиальной неопределенности и неустойчивости, в которой конфигурации различных центров силы будут все время меняться.

[3] Сегодняшние отношения России и стран Евросоюза участники онлайн-опроса вдвое чаще оценивали как негативные, чем как позитивные (39 и 21% соответственно); при этом многие (40%) затруднились как-либо охарактеризовать их. См.: Результаты онлайн выборов "Россия и ЕС – поддержка". – *Elections Meter*. Доступ: http://ru.electionsmeter.com/голосования/vstuplenie-rossii-v-yevrosoyuz#PollMenu (проверено 29.02.2016).

[4] Отношение к странам. – *Аналитический центр Юрия Левады*. Доступ: http://www.levada.ru/indikatory/otnoshenie-k-stranam/ (проверено 29.02.2016).

Третья проблема касается субъектов восприятия. Если до сих пор главной задачей теории международных отношений был анализ взаимодействия между отдельными странами, то сейчас все более актуальным становится вопрос о взаимоотношениях союзов, коалиций и групп стран и их восприятия друг другом, что существенно усложняет психологическую ткань международного взаимодействия.

ЕС принято считать достаточно традиционной и относительно устойчивой структурой. Но вряд ли кто-то оспорит наличие в нем центробежных тенденций. В последнее время появилось немало высказываний, которые предрекают распад ЕС[5]. Так, даже спикер Европарламента Мартин Шульц заявил, что угроза распада Евросоюза реальна, и трудно сказать, просуществует ли ЕС в данном виде еще десять лет[6].

Кто выступает другой стороной восприятия? Сегодня в Европе уже звучат мнения о том, что партнером ЕС может стать объединение России, Индии, Китая и стран Центральной Азии, которое складывается в ходе поддержки Сирии (появилась даже новая аббревиатура – *RICCA*). Подобного рода международные организации (такие как БРИКС, ЕАЭС, ШОС, ОДКБ и др.) зачастую выступают как единые акторы в отношениях с ЕС, хотя собственно сотрудничество с ЕС не является главной целью их создания. В какой мере такие структуры могут осуществлять "*governance beyond the state*", – вопрос сложный. Сегодня нередко можно встретить утверждения о противостоянии Евроатлантики и Евразии, причем в эти понятия вкладывается именно политический смысл.

Четвертый момент. Каковы бы ни были реальные шансы для складывания партнерства евразийских акторов в отношениях с Евроантлантикой, совершенно очевидно, что оно будет во многом исходить из взаимного восприятия этих групп стран на двухсторонней и многосторонней основе, а Россия была, есть и будет важнейшим игроком со стороны Евразии.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Внутри- и внешнеполитический контекст восприятия ЕС в России

Восприятие ЕС в России во многом определяется внутриполитическим контекстом, той психологической атмосферой, которая сложилась в стране в течение третьего президентского срока В.В. Путина. Он характеризуется динамичностью изменений, кульминацией которых, без сомнения, стало воссоединение Крыма с Россией в 2014 г. События в соседней Украине и попытки изоляции России со стороны западных стран, введенные против нее санкции, привели к невиданной ранее консолидации общества вокруг президента. Более того, доверие граждан к власти, возросшее в этот период, по преимуществу опиралось на одобрение именно внешнеполитического курса, который трактовался как возвращение стране роли великой державы, впервые в постсоветский период играющей эту роль [Шестопал 2015: 334].

Внешнеполитический контекст российского восприятия ЕС во многом определяется кризисом в отношениях между Россией и ЕС. Можно констатировать наличие глубокого взаимного недоверия на уровне лидеров,

[5] См. Austerity Fanning Populism. – *Financial Times*. 21.12.2015. URL: http://www.ft.com/intl/cms/s/0/08ba78f8-a805-11e5-955c-1e1d6de94879.html#axzz3xtGv3wwN (accessed 14.03.16).

[6] Schulz warnt vor Zerfall der EU. – *Die Welt*. 08.12.2015.

политических элит и общества. В основе этого недоверия лежит ряд причин: от упрощенных и поверхностных стереотипов до глубинных ценностных расхождений, от серьезных различий в образах желаемого глобального порядка до институциональных барьеров[7].

Проблема восприятия ЕС как группы стран.
Политико-психологическая модель анализа восприятия

В литературе имеется немало работ, посвященных проблеме политического восприятия вообще [Prejudice, Politics... 1993; Grangerg 1995; King 1997; Преснякова 2000; Задорин 2005; Oxendine et al. 2007], где дается описание самого процесса и механизмов восприятия и восприятия отдельных политических объектов, в частности восприятия политических лидеров вообще и кандидатов на выборах в особенности, власти, партий, государства и т.п. [Feldman, Conover 1983; Lodge, Taber 2007; Шестопал 2015].

Что касается восприятия в международной политике [Jervis 1976; Herrmann 2013], то здесь исследователи больше внимания уделяют механизмам искажения восприятия, страхам и рискам как факторам восприятия [Alcock, Newcombe 1970; Cohen 1979; Buzan 1991; Schlueter, Christ 2005; Киселев, Смирнова 2006]. Несмотря на богатый теоретический и эмпирический материал, накопленный в этой области, работ, посвященных взаимному восприятию не отдельных стран, а групп стран, почти нет (исключение – работа [Noll, Dekker 2014]). Между тем, специфика такого восприятия и его контекста отличается по своим психологическим механизмам от восприятия лидеров или государств.

Одна из главных методологических проблем исследований такого рода связана с виртуализацией политики, с отрывом политических образов от реальных интересов людей, что делает сами образы достаточно неустойчивыми, стереотипными и иррациональными. Возникает необходимость наряду с устоявшимися рациональными мнениями людей о политиках, власти, других странах и собственной стране выявить неосознаваемые компоненты восприятия этих политических объектов. Следует заметить, что эти неосознаваемые компоненты учитываются редко [Granberg, Kasmer, Nanneman 1988; Granberg 1995; Caplan 2001; Шестопал 2004; Шестопал 2008; Психология политического восприятия 2012; Шестопал 2015].

Акцент, как правило, делается на рациональных представлениях, мнениях и суждениях граждан. Стандартные количественные методы, в частности опросы, обычно используемые в таких исследованиях, не позволяют выявить этот слой восприятия. Наряду с рациональными и бессознательными компонентами в структуре образа мы также анализируем *когнитивные, эмоциональные и поведенческие* компоненты образов и такие их параметры, как *привлекательность, сила и активность*. Важным инструментом анализа образов является разделение в их структуре *визуальных и вербальных* компонентов.

Мы рассматриваем образ ЕС, с одной стороны, как отражение реальных характеристик объекта восприятия (как самой этой организации), т.е. деятельность ЕС во многом определяет политическое содержание его образа. С другой стороны, образ ЕС является проекцией ожиданий субъектов восприятия (рядовых российских граждан). В образе Евросоюза отражаются их потребности

[7] Ivanov I. Speech at the Greater Europe Task Force Meeting. – *Russian International Affairs Council*. 11 December 2015. URL: http://russiancouncil.ru/en/inner/?id_4=6998 (accessed 06.03.2016).

и мотивы, знания и представления, мнения, оценки и стереотипы, ожидания, эмоции. То есть образ ЕС определяется также и субъектными факторами. Политические образы будут изменяться с переменой психологических и социально-демографических характеристик.

Влияние СМИ на восприятие гражданами власти и лидеров, страны или партии в современном мире весьма существенно, поэтому мы считаем необходимым обязательно учитывать *коммуникативные факторы*, влияющие на политическое восприятие. Таким образом, задача, стоящая перед исследователями политического восприятия, двояка: необходимо описать сами образы (зависимые переменные), а затем проинтерпретировать их, по возможности устанавливая вес каждого из системы факторов (независимые переменные). В соответствии с описанной выше моделью в исследовании были поставлены цели: во-первых, выявить и описать образ Евросоюза на рациональном и бессознательном уровнях восприятия. Во-вторых, проверить гипотезы относительно факторов, влияющих на это восприятие. Из всего многообразия факторов в данном случае мы выбрали субъектный и коммуникативный в силу значимости их для понимания специфики восприятия ЕС в России.

Методология, использованная нами в изучении образов ЕС, включала в себя как опрос рядовых граждан, особенностью которого было большое число открытых вопросов, так и метод проективного теста "Рисунок ЕС". Методы были направлены на то, чтобы выявить не только рациональные, но и бессознательные аспекты образов власти.

Было опрошено 264 респондента в Москве, собраны проективные тесты у 243 человек. Выборка не была репрезентативна для России в целом, но она была сбалансирована по полу, возрасту и образованию.

ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ИССЛЕДОВАНИЯ

Рациональные и бессознательные аспекты образа Евросоюза

Хотя образ ЕС мы анализировали разными методами на двух уровнях восприятия, использование одинаковых шкал (привлекательность – непривлекательность, сила – слабость, активность – пассивность) позволяет их сопоставлять между собой и делать выводы относительно степени осознания Евросоюза российскими гражданами.

И на осознаваемом, и на неосознаваемом уровнях политического восприятия образ Евросоюза сформированный, завершенный и достаточно простой. Он более или менее конгруэнтный по параметрам привлекательности и активности, но имеются существенные расхождения по параметру силы (см. табл.).

Привлекательность – непривлекательность: на рациональном уровне респонденты симпатизируют демократическим ценностям ЕС, открытому экономическому пространству и действенности европейского права.

Сила – слабость: рационально более половины респондентов оценивают Евросоюз как сильное объединение, благодаря влиянию на мировую политику и экономическому потенциалу. На неосознаваемом уровне более выпукло выступает факт его зависимости от США.

Активность – пассивность: Евросоюз рационально воспринимается скорее как активный участник международных отношений. Можно предположить, что это связано с существующим политическим контекстом (санкции в отношении России).

Таблица (Table)

Сравнение рациональных и бессознательных аспектов образа ЕС, %
Comparison of Rational and Unconscious Aspects of EU Image, %

Параметры	Рациональный уровень	Бессознательный уровень
Привлекательность	35,1	39,5
Сила	57.2	28,3
Активность	36,6	29,2

Итак, достаточно высокая согласованность параметров на рациональном и бессознательном уровнях предполагает устойчивость образа, изменение которого в будущем для российских граждан возможно только незначительно.

Сюжеты и метафоры в образе ЕС

С целью исследования вербального аспекта рассматривались сюжеты и метафоры в ответах на открытые и полузакрытые вопросы. Наиболее ярко прослеживается сюжет отношений Евросоюза и России, в котором самой популярной стала линия партнерства в сфере экономики. Такой сюжет встречается более чем у половины респондентов. Примерно четверть опрошенных отметили враждебный характер отношений между Евросоюзом и Россией. В ответах встречались прямолинейные высказывания о Евросоюзе как угрозе безопасности России.

В одном из сюжетов раскрываются непростые отношения ЕС и США: с одной стороны – это подчинение и зависимость ЕС от США; с другой – их партнерство. Сюжетная линия отношений ЕС и Китая характеризуется нейтральными оценками, по причине недостатка информации мнения респондентов по данному вопросу чаще строятся на догадках. Бо́льшая часть респондентов считает, что ЕС и Китай сотрудничают в сфере экономики, меньшая – что имеют довольно натянутые отношения.

Помимо прочего, респонденты рассуждают об отношениях между государствами внутри ЕС. Значительная часть говорит о солидарности между странами Евросоюза и совместном решении задач, однако встречаются мнения о неравенстве между ними и о попытке одних стран диктовать условия остальным.

Мы также рассматривали метафоры, видя в них средства выражения особого эмоционального отношения респондента к какому-либо вопросу. Метафоры можно разделить на три группы: метафоры-представления о ЕС, о сути взаимодействий с ЕС и о санкциях. Первая сравнивает ЕС *с бандой, машиной, утопией*, т.е. наделяет его негативной определяющей характеристикой. Вторая описывает отношения ЕС и США как *рабские и вассальные*. Третья группа свидетельствует о негативной оценке респондентами *санкций*.

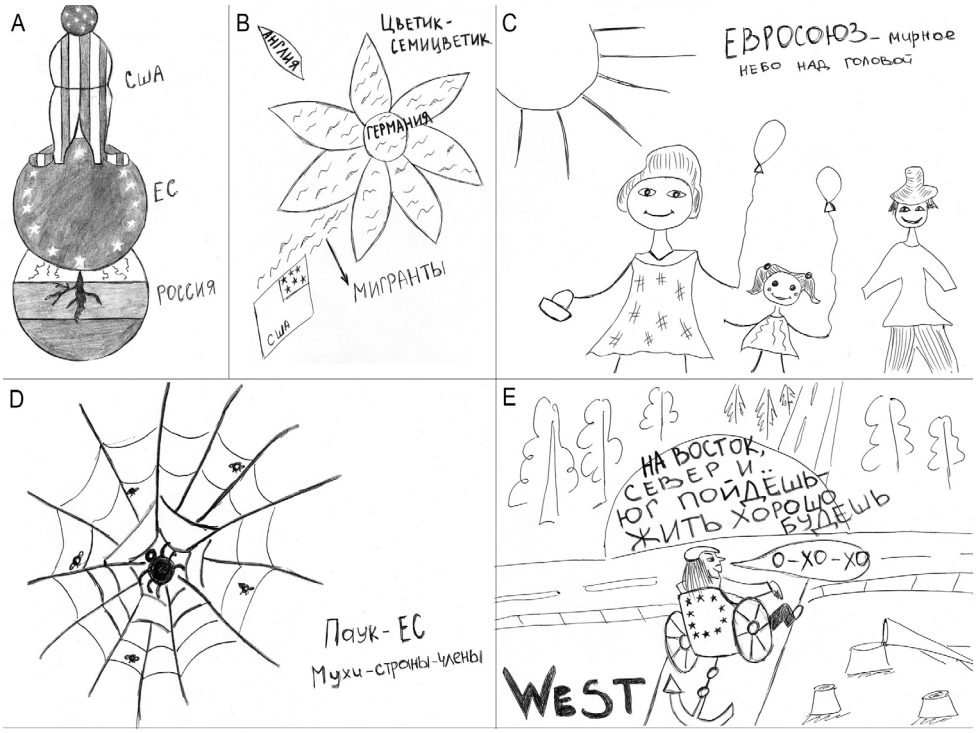
Визуальные аспекты образа

На визуальном уровне у большинства респондентов преобладают когнитивно простые образы ЕС (68,7%) в виде официальной символики Союза, национальных государств и географических карт. Треть рисунков (31,3%) имеет сложную сюжетную структуру с множеством символов и схем, при этом большинство обладает высокой степенью прорисовки. Полученные результаты говорят об интересе респондентов к европейской политике и Евросоюзу, но низкой осведомленности о них.

Рисунок (Figure)

Визуальный образ Евросоюза

The Visual Image of the European Union



A – "Взаимоотношение России, Евросоюза и США". **B** – "Цветок ЕС".
C – "Евросоюз – мирное небо над головой". **D** – "Паук – ЕС, а мухи – страны-члены".
E – "Старушка Европа на перепутье больших дорог".

Анализируя рисунки, мы выделили пять групп наиболее часто повторяющихся сюжетов. Первая группа, названная нами *"Евросоюз и внешний мир",* демонстрирует взаимоотношения ЕС с Россией, США и другими странами и регионами мира (см. рис., A). На них ЕС часто изображен в виде слабых, непривлекательных символов и животных, агрессивных по отношению к России и подчиняющихся США.

Следующая группа сюжетов – *"Внутреннее устройство Евросоюза"* – отличается от других наибольшей когнитивной сложностью. Данная группа демонстрирует взаимоотношения внутри ЕС, она изобилует множеством схем, символов, подчеркивающих значимость отдельных его членов (см. рис., B).

"Символы Евросоюза" – группа когнитивно простых сюжетов, изображающих официальную символику ЕС в различных модификациях. Сюжеты данной группы отличаются наименьшей эмоциональной окраской.

Четвертая группа, *"Ценности Евросоюза",* насыщена привлекательными символами, олицетворяющими взаимопомощь, правосудие, "гармоничное разнообразие", материальное благополучие, демократию, и представлена сильными эмоциональными знаками (цветы, солнце, дома, деревья, счастливые люди и др.) (см. рис., C).

"Проблемы Евросоюза" – самая "стереотипная" группа, так как в ней присутствуют сюжеты, растиражированные российскими СМИ (миграция, исламизация, национализм, финансовый кризис и "духовный упадок") (см. рис., D). Уделяя вни-

мание внутренним проблемам и противоречиям Евросоюза, респонденты часто изображают его в виде разваливающегося аморфного образования (см. рис., Е).

При анализе результатов проективных тестов мы обращали внимание на сюжеты, наличествующие у респондента вербально, но отсутствующие в визуальных образах. Так, мы не обнаружили в рисунках (т.е. на более глубоком уровне восприятия) сюжеты и предметы, олицетворяющие экономическую и промышленную деятельность. Также на рисунках мы не увидели лидеров Евросоюза: встречаются либо "безликие" европейские чиновники, либо узнаваемые национальные лидеры – Ангела Меркель и Франсуа Олланд. Это говорит о желании персонифицировать образ ЕС. В отсутствии сильных лидеров шансы ЕС на развитие видятся респондентам невысокими. Мы не нашли в рисунках предметов и сюжетов, указывающих на военную мощь Евросоюза. Это можно интерпретировать как отсутствие ожиданий военной угрозы с его стороны. При анализе результатов проективных тестов нами было выявлено, что лишь 13% опрошенных на данном уровне наделяют Евросоюз агрессивными характеристиками.

Эмоциональные, когнитивные и поведенческие компоненты образа Евросоюза

Помимо анализа содержательных аспектов политического образа ЕС, мы изучали и его психологические измерения. Важно отметить, что эти составляющие отражают специфику воспринимающего субъекта – граждан России.

Эмоциональный компонент. Для 18,7% опрошенных ЕС не симпатичен как система, как объединение "*неправильно мыслящих" государств. Безусловно, негативное восприятие связано с ухудшением отношений между Евросоюзом и Россией, введением взаимных санкций, но более всего респонденты порицают несамостоятельность в международных делах ранее сильного Союза.*

Однако, несмотря на растущую антипатию к действиям Евросоюза, 35% относятся к нему позитивно. Опрошенные переживают за положение ассимилируемых народов Европы, культурные традиции которых размываются в условиях европейской интеграции. Респондентам не безразлично будущее европейской цивилизации, так как они и Россию считают частью Европы (43,6%).

Когнитивный компонент. В сознании респондентов образ Евросоюза представлен как когнитивно простой (88,5%), ясный (69%), точный (72,1%). Перспективы Союза связаны с экономическим развитием, защищенным едиными законами и открытыми государственными границами. ЕС отождествляется с ценностями свободы, демократии, равноправия, мультикультурализма и капитализма.

Поведенческий компонент. Прежде всего ЕС воспринимается как партнер России (61%), в то же время проявляется и разочарование из-за его ненадежности. Опрошенные считают, что Россия пытается выстроить "более мягкие" отношения, но европейские страны не идут на контакт.

Стало быть, большая часть участвовавших в опросе россиян имеет простое, но четкое представление о том, что такое Евросоюз. Текущий политический контекст обусловил чрезмерную эмоциональность в высказываниях респондентов, однако, невзирая на разочарование политической позицией Евросоюза, большинство опрошенных считают необходимым продолжение сотрудничества России и стран Европы в экономике.

Субъектные факторы

В ходе исследования также проверялась гипотеза о том, что такие факторы, как пол, возраст, образование и личный опыт пребывания в странах ЕС могут влиять на восприятие Европейского союза российскими гражданами.

Гендерные особенности восприятия проявляются в том, что мужчины больше интересуются политикой, чем женщины, и лучше осведомлены как о лидерах Евросоюза, так и о взаимоотношениях ЕС с другими странами. Ответы мужчин в целом шире по диапазону и варьируются от положительных до резко негативных. Различия были зафиксированы и в содержательных характеристиках образов. Мужчины чаще смотрят на Европейский союз с точки зрения внешней политики, при этом их также интересуют его эффективность в решении определенных задач и военная составляющая. Женщины склонны оценивать внутриполитическую ситуацию в ЕС, акцентируя внимание на общих интересах стран.

Поколенческая специфика восприятия выражается в первую очередь в том, что молодежь позитивнее, чем старшие группы, относится к ЕС, за исключением случаев, когда речь идет о неравноправии стран в составе Союза. Люди среднего возраста главным преимуществом членства в ЕС считают возможность свободного безвизового передвижения, в то же время Союз зачастую представляется им нежизнеспособным и излишне подверженным влиянию США. Представители старшей возрастной группы чаще остальных выражают негативные оценки, тем не менее высоко ценят нацеленность стран ЕС на решение общих задач.

Статистически значимых различий *в восприятии людей со средним и высшим образованием* нами выявлено не было. Однако более высокая когнитивная сложность и критичность суждений ожидаемо были зафиксированы у людей с высшим образованием.

Любопытны отличия мнений тех, кто имел *личный опыт посещения ЕС*, от тех, кто основывает свое восприятие на информации из СМИ. Вопреки нашим предположениям, более позитивный образ ЕС сложился у респондентов, которые там ни разу не бывали, т.е. их позитивные стереотипы оказались весьма устойчивыми. Однако высокая привлекательность образа ЕС не мешает им относиться к нему с настороженностью и недоверием, видеть угрозу безопасности для России с его стороны, когда поднимается вопрос о приближении границ НАТО к России и развертывании системы ПРО. Те же, кто знаком с жизнью стран ЕС не из газет и Интернета, несмотря на более острую критику, видят множество точек соприкосновения у ЕС и России.

Сходства, различия и взаимозависимость онлайн- и офлайн-коммуникативных факторов восприятия ЕС

До сих пор для изучения образа Евросоюза мы анализировали мнения российских респондентов в ходе непосредственного общения. Уместно предположить, что образ Евросоюза, складывающийся в интернет-пространстве, может существенно отличаться от выявленного нами офлайн-образа.

Мы провели тестовый качественный контент-анализ аккаунтов в блогосфере и социальных сетях небольшого числа знаковых персон, спикеров, принимающих политические решения, либо влияющих на их принятие. Это директор Департамента информации и печати МИД РФ Мария Захарова, председатель Комитета по международным делам Госдумы Алексей Пушков, Уполномоченный МИД РФ по вопросам прав человека, демократии и верховенства права Константин Долгов, зам. председателя Правительства РФ Дмитрий Рогозин и председатель Комитета Совета Федерации по международным делам Константин Косачёв. Также были изучены интернет-аккаунты МИД РФ и Постоянного представительства России при ЕС.

Дополнительно из рейтинга, составленного информационно-аналитической системой "Медиалогия"[8], за ноябрь 2015 г. было отобрано шесть новостных

[8] Рейтинги СМИ и интернет-ресурсов России. – *Медиалогия*. Доступ: http://www.mlg.ru/ratings/federal_media/3932/2015/11/ (проверено 01.12.2015).

интернет-ресурсов: rbc.ru, lifenews.ru, vesti.ru, lenta.ru, gazeta.ru, meduza.io. За период с 1 июня по 30 ноября 2015 г. проанализированы 600 публикаций в СМИ и все сообщения в отобранных аккаунтах в блогосфере и соцсетях, тематически относящиеся к деятельности Евросоюза и отношениям между ЕС и Россией.

Приведем некоторые предварительные выводы проведенного анализа этого значимого сектора российского информационного онлайн-пространства. Во-первых, в нем устойчиво поддерживается образ Евросоюза как *"трудного"* или *"вынужденного партнера"*: ЕС переживает внутренний кризис, его политика в отношении России крайне противоречива, а Россия вынуждена принимать как данность такое поведение своего партнера, но при этом отстаивать собственные позиции, не допуская разрыва политико-экономических и культурных связей. При сопоставлении с данными, полученными в офлайне, очевидно совпадение желаемого образа ЕС как партнера России. Также совпадает акцент на "непростом характере" партнерства и вынужденном характере сотрудничества.

Во-вторых, заметна амбивалентность подачи образа ЕС: у спикеров высок градус эмоциональных оценок Евросоюза, однако они стремятся рационализировать свои высказывания, привести аргументы. По сравнению с ответами респондентов в опросе, онлайн-образ ЕС в меньшей степени эмоционально нейтрален. На бессознательном уровне восприятия обычных респондентов образ ЕС более привлекателен; по-видимому, они (в отличие от спикеров) не столь склонны высказываться о ЕС в духе официальной пропаганды, тиражирующей негативные стороны образа ЕС.

В-третьих, в онлайн-образах ЕС двойственность отмечена по шкале силы и слабости образа, что во многом совпадает с результатами опроса. Можно предположить, что стереотипы в ответах респондентов все же заимствуются ими из СМИ или Интернета, усвоены оттуда.

Итак, СМИ и Интернет являются для российских респондентов важными ресурсами конструирования образа ЕС, однако они не доминируют в его формировании. Влияние онлайна обнаруживается на рациональном уровне, формируя элементы привлекательности образа в ответах респондентов, однако в освоении этой информации проявляется определенная самостоятельность респондентов. В результате онлайн-источники поддерживают амбивалентность образа Евросоюза в политическом сознании граждан.

Заключение и выводы

Исследование образа ЕС у российских граждан показало, прежде всего, значимость политического контекста восприятия – как внешне-, так и внутриполитического. Здесь важную роль сыграли решения ЕС о санкциях и других недружественных действиях в адрес РФ, вызвавших взрывной рост "негативизма", а также события на Украине, на Ближнем Востоке, в Европе, которые создали фон для распространения таких настроений. Консолидированная поддержка обществом президента Путина, связанная с присоединением Крыма, событиями вокруг Украины, с участием России в боевых действиях в Сирии, интенсивными дипломатическими переговорами по ряду важных внешнеполитических вопросов, неизбежно ставит внешнеполитическую повестку дня в центр грядущих предвыборных кампаний 2016 и 2018 гг.

Близость культурных традиций, уважение к европейскому наследию, союзнические отношения в прошлом, которые еще год назад определяли позитивное отношение российских граждан к ЕС, уступают ощущению ненадежности ЕС как партнера, даже его "предательства", обусловленного давлением США.

Амбивалентность и неустойчивость образа ЕС связана, во-первых, с быстрой сменой ситуации во внешней и внутренней политике, во-вторых, с переменчивостью массового сознания, и в-третьих – с противоречивым освещением образа ЕС в российских СМИ (включая интернет-ресурсы).

В образе ЕС довольно высока степень совпадения рационального и неосознаваемого, однако встречаются и существенные рассогласованности. Так, привлекательность образа выше на бессознательном уровне, а активность – напротив, на рациональном. Важный результат – то, что по параметру *силы* более половины респондентов на рациональном уровне считают ЕС сильным союзом, тогда как на бессознательном уровне таковым его воспринимает вдвое меньшее число респондентов. Отмечается, что ЕС постепенно ослабевает под воздействием США и все чаще воспринимается как "*декоративный союз*", зависящий от политических предпочтений заокеанского партнера, а в образе ЕС все отчетливее проявляются признаки "старения".

При этом на бессознательном уровне ЕС видится, прежде всего, как экономический союз, основанный на мощи финансовых институтов. В этом образе практически отсутствуют аспекты военной мощи и связанной с ней агрессивности, а также промышленной и аграрной политики.

"Рисуночный тест" показал, что на бессознательном уровне респонденты видят не столько Евросоюз, сколько отдельные европейские государства. Еврочиновники в их глазах выглядят безликими и малоразличимыми, в то время как лидеры стран узнаваемы и активны. В целом Европа воспринимается существенно лучше, чем ЕС.

Большинство опрошенных считают ЕС партнером. Тем не менее характер партнерства с ЕС вызывает у них разочарование. Около четверти из их числа видят в ЕС врага, и только малая их часть рассматривает его как друга. Контекст определяет критическое восприятие, но при этом респонденты не видят альтернативы отношениям добрососедства и партнерства, в большинстве своем ощущая себя частью Европы.

Задорин И.В. 2005. Качество и качества власти: восприятие населения. – *Полития*. № 2. С. 96-115.

Киселев И.Ю., Смирнова А.Г. 2006. *Динамика образа государства в международных отношениях*. СПб.: СПбГУ. 375 с.

Психология политического восприятия. Под ред. Е. Шестопал. 2012. М.: РОССПЭН. 423 с.

Шестопал Е.Б. 2004. *Образы власти в постсоветской России*. М.: РОССПЭН. 535 с.

Шестопал Е.Б. 2008. *Образы российской власти: От Ельцина до Путина*. М.: РОССПЭН. 416 с.

Шестопал Е. 2015. *Путин 3.0. Власть и общество в новейшей истории России*. М.: Аргамак-Медиа. 420 с.

Alcock N.Z., Newcombe A.G. 1970. The Perception of National Power. – *The Journal of Conflict Resolution*. Vol. 14. No. 3. P. 335-343.

Buzan B. 1991. People, States and Fear: an Agenda for International Security Studies in the Post-Cold War Era. Bolder: Lynne Rienner Publishers, Inc. 393 p.

Caplan B. 2001. Rational Ignorance versus Rational Irrationality. – *Kyklos*. Vol. 54. No. 1. P. 3-26.

Cohen R. 1979. *Threat Perception in International Crisis*. Madison: The University of Wisconsin Press. 229 p.

Feldman S., Conover P.J. 1983. Candidates, Issues and Voters. The Role of Inference in Political Perception. – *Journal of Politics*. No. 45(4). P. 810-839.

Granberg D. 1995. Political Perception. – *Explorations in Political Psychology*. Ed. by S. Iyengar, W.J. McGuire. Durham: Duke University Press. P. 70-112.

Granberg D, Kasmer J., Nanneman T. 1988. An Empirical Examination of Two Theories of Political Perception. – *Political Research Quarterly*. Vol. 41. No. 1. P. 29-46.

Herrmann R. 2013. Perception and Image Theory in International Relations. Ed. by L. Hudddy, D.O. Sears, J.S. Levy. 2nd ed. Oxford: Oxford University Press. P. 234-264.

Jervis R. *Perception and Misperception in International Politics*. Princeton, NJ: Princeton Univ. Press. 1976. 464 p.

King P. 1997. The Press, Candidate Images, and Voter Perceptions. – *Communication and Democracy: Exploring the Intellectual Frontiers in Agenda-Setting Theory*. Ed. by M. McCombs, D. L. Shaw, D. Weaver. Mahwah. N.J.: Lawrence Erlbaum Associates, Inc. P. 31-32.

Lodge M., Taber Ch.S. 2007.*The Rationalizing Voter: Unconscious Thought in Political Information Processing*. 23 p. DOI: http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1077972

Noll J. van der., Dekker H. 2014. *Attitudes towards the EU, the USA, Russia and Japan among Chinese Urban Citizens, and Their Origins*. URL: https://ecpr.eu/Filestore/PaperProposal/74a4d927-9e8a-45a0-b39e-08134cea1851.pdf (accessed 06.03.2016).

Oxendine A., Sullivan J.L., Borgida E., Riedel E., Jackson M., Dial J. 2007. The Importance of Political Context for Understanding Civic Engagement: A Longitudinal Analysis. – *Political Behavior*. Vol. 29. Issue 1. P. 31-67. DOI: http://dx.doi.org/10.1007/s11109-006-9016-3

Prejudice, Politics, and the American Dilemma. Ed. by P. Sniderman, P.E. Tetlock, E.G. Carmines. 1993. Stanford: Stanford University Press. 352 p.

Schlueter E., Christ O. 2005. *The Question of Causality in Threat-Prejudice Relations: Empirical Evidence.* Paper prepared for the Annual Meetings of the International Society of Political Psychology. Toronto. 30 p.

DOI: 10.17976/jpps/2016.03.03

IMAGES OF EU IN RUSSIA: PROBLEM OF PERCEPTION

E.B. Shestopal[1], V.A. Gubchenko[1], Sh.Z. Dzhamaludinov[1], K.B. Dzhgamadze[1], I.A. Tumysov[1]

[1]Lomonosov Moscow State University. Moscow, Russia

SHESTOPAL Elena Borisovna, Dr. Sci. (Philos.). Prof., Head of Department of Sociology and Psychology of Politics, Faculty of Political Science, Lomonosov Moscow State University. Email: shestop0505@rambler.ru**; GUBCHENKO Vladimir Anatolievich, post-graduate student, Department of Sociology and Psychology of Politics, Faculty of Political Science, Lomonosov Moscow State University.** Email: vladgubchen@gmail.com**; DZHAMALUDINOV Shamil Zubairovich, post-graduate student, Department of Sociology and Psychology of Politics, Faculty of Political Science, Lomonosov Moscow State University.** Email: dzhamaludinov.s.z@gmail.com**; DZHGAMADZE Kristina Badrovna, post-graduate student, Department of Sociology and Psychology of Politics, Faculty of Political Science, Lomonosov Moscow State University.** Email: di-an-a@yandex.ru**; TUMYSOV Ilya Aleksandrovich, post-graduate student, Department of Sociology and Psychology of Politics, Faculty of Political Science, Lomonosov Moscow State University.** Email: tumysov@gmail.com

Received: 19.01.2016. Accepted: 03.03.2016

Abstract. The study, implemented at the Chair of Sociology and Psychology of Politics, Department of Political Science, Lomonosov Moscow State University is focused on the image of EU in the minds of Russians at the moment of crisis in EU-Russia relations, when sanctions were imposed on Russia. Authors applied politico-psychological methodology in their study to reveal not only rational, but also unconscious levels of the EU images. Authors present data that gives answers to the following questions: Do respondents regard EU a partner, a friend or an enemy? To what extent this organization is regarded as a strong and effective actor in international relations? Should we build relations with EU as a unit or rather deal with individual European states? How do Russians evaluate EU sanctions against their country? Analysis of the answers to these and other questions led authors to certain conclusions. EU image in Russian society is ambivalent and unstable. The majority of respondents see the EU as a strong

but gradually weakening "decorative union" due to American influence. The image contains indicators of "aging". The majority of respondents regard EU as a partner, but they are disappointed in it being such an unreliable and deceiving one. About a quarter of respondents consider EU to be an enemy; only a few see it as a friend. At the same time, respondents regard Russia as an integral part of Europe and stand for the one and only scenario of its future – neighborhood and partnership relations with EU.

Keywords: perception; image; Russia; EU; partner; enemy; friend; politico-psychological approach.

References

Alcock N.Z., Newcombe A.G. The Perception of National Power. – *The Journal of Conflict Resolution*. 1970. Vol. 14. No. 3. P. 335-343.

Buzan B. People, States and Fear: an Agenda for International Security Studies in the Post-Cold War Era. Bolder: Lynne Rienner Publishers, Inc. 1991. 393 p.

Caplan B. Rational Ignorance versus Rational Irrationality. – *Kyklos*. 2001. Vol. 54. No. 1. P. 3-26.

Cohen R. *Threat Perception in International Crisis*. Madison: The University of Wisconsin Press. 1979. 229 p.

Feldman S., Conover P.J. Candidates, Issues and Voters. The Role of Inference in Political Perception. – *Journal of Politics*. 1983. No. 45(4). P. 810-839.

Granberg D, Kasmer J., Nanneman T. An Empirical Examination of Two Theories of Political Perception. – *Political Research Quarterly*. 1988. Vol. 41. No. 1. P. 29-46.

Granberg D. Political Perception. – *Explorations in Political Psychology*. Ed. by S. Iyengar, W.J. McGuire. Durham: Duke University Press. 1995. P. 70-112.

Herrmann R. Perception and Image Theory in International Relations. Ed. by L. Hudddy, D.O. Sears, J.S. Levy. 2nd ed. Oxford: Oxford University Press. 2013. P. 234-264.

Jervis R. *Perception and Misperception in International Politics*. Princeton, NJ: Princeton Univ. Press. 1976. 464 p.

King P. The Press, Candidate Images, and Voter Perceptions. – *Communication and Democracy: Exploring the Intellectual Frontiers in Agenda-Setting Theory*. Ed. by M. McCombs, D. L. Shaw, D. Weaver. Mahwah. N.J.: Lawrence Erlbaum Associates, Inc. 1997. P. 31-32.

Kiselev I.Yu., Smirnova A.G. *Dinamika obraza gosudarstva v mezhdunarodnykh otnosheniyakh* [The Dynamics of the Image of the State in International Relations]. Saint Petersburg: Saint Petersburg State University. 2006. (In Russ.) 375 p.

Lodge M., Taber Ch.S. *The Rationalizing Voter: Unconscious Thought in Political Information Processing*. 2007. 23 p. DOI: http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1077972

Noll J. van der., Dekker H. *Attitudes towards the EU, the USA, Russia and Japan among Chinese Urban Citizens, and Their Origins*. 2014. URL: https://ecpr.eu/Filestore/PaperProposal/74a4d927-9e8a-45a0-b39e-08134cea1851.pdf (accessed 06.03.2016).

Oxendine A., Sullivan J.L., Borgida E., Riedel E., Jackson M., Dial J. The Importance of Political Context for Understanding Civic Engagement: A Longitudinal Analysis. – *Political Behavior*. 2007. Vol. 29. Issue 1. P. 31-67. DOI: http://dx.doi.org/10.1007/s11109-006-9016-3

Prejudice, Politics, and the American Dilemma. Ed. by P. Sniderman, P.E. Tetlock, E.G. Carmines. Stanford: Stanford University Press. 1993. 352 p.

Psikhologiya politicheskogo vospriyatiya v sovremennoy Rossii'. Pod red. E. Shestopal [Psychology of Political Perception in Contemporary Russia]. Moscow: ROSSPEN. 2012 (In Russ.) 423 p.

Schlueter E., Christ O. *The Question of Causality in Threat-Prejudice Relations: Empirical Evidence*. Paper prepared for the Annual Meetings of the International Society of Political Psychology, Toronto. 2005. 30 p.

Shestopal E.B. *Obrazy rossiyskoy vlasti ot Yeltsina do Putina'* [Images of Russian Authorities. From Yeltsin to Putin]. Moscow: ROSSPEN. 2008. (In Russ.) 416 p.

Shestopal E.B. *Obrazy vlasti v postsovetskoy Rossii'* [Images of Power in Post-Soviet Russia]. Moscow: ROSSPEN. 2004. (In Russ.) 535 p.

Shestopal E.B. Putin 3.0. *Vlast' i obshchestvo v noveishei istorii Rossii* [Putin 3.0. Authority and Society in the Recent History of Russia]. Moscow: Argamak-Media. 2015. (In Russ.) 420 p.

Zadorin I.V. The Quality and the Quality of Power: the Perception of the Population. – Politeia. 2005. No. 2. P. 96-115. (In Russ.)