

Шестопад Е.Б., Губченко В.А., DOI: 10.7256/2305-560X.2016.1.17694
 Давыдов С.В., Джамалудинов Ш.З.,
 Джгамадзе К.Б., Левашкина А.А.,
 Марудина Ю.А., Рогозарь А.И., Тумысов И.А.

ЕС ГЛАЗАМИ РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА

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. Авторы приводят данные, дающие ответы на вопросы: считают ли респонденты Европейский союз партнером, врагом или другом России? Насколько эта организация воспринимается ими как сильный и эффективный игрок на международной арене? Как россияне оценивают санкции, введенные Евросоюзом в отношении России? Анализ ответов на эти и другие вопросы позволил сделать авторам ряд выводов. Методологической основой исследования является системный, структурно-функциональный, сравнительно-политический подходы, методы политической социологии и политической психологии, анализа, синтеза, индукции, дедукции, наблюдения. 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 считает ЕС партнером. Однако в ЕС как партнере, многие респонденты разочарованы и называют его ненадежным и неверным. Примерно четверть опрошенных видит в нем врага, и только незначительное число рассматривает его как друга. При этом в будущем опрошенные не видят альтернативы отношениям добрососедства и партнерства. Более того, большинство опрошенных считают Россию частью Европы.

Ключевые слова: восприятие, образы, Россия, Евросоюз, российские граждане, санкции, международная арена, государство, безопасность, риски.

Abstract. The study is carried out by the department of sociology and psychology of politics of the faculty of political science of Moscow State University. The research is focused on the image of the EU as it is apprehended by the Russian citizens in the period of straining relations between Russia and the EU. The authors have carried out the survey and offered the respondents to answer the following questions: Do you consider the EU as a partner, an enemy, or a friend of Russia? Do you consider the EU as a strong and effective actor on the international scene? How do you estimate the anti-Russian sanctions of the EU? The analysis of the answers led the authors to the particular conclusions. The research methodology is based on the system, structural-functional, comparative-political approaches, the methods of political sociology and political psychology, analysis, synthesis, induction, deduction, and observation. The image of the EU is notable for its ambivalence and instability. The main conclusion lies in the fact that most respondents consider the EU as a strong but a gradually weakening under the American influence "decorative union". The image has the signs of ageing. Most people see the EU as a partner. But many respondents are disappointed in it as in a partner, and think that it is unreliable and unfaithful. Approximately a quarter of the respondents consider the EU as an enemy, and only a small number of people see it as a friend. At the same time, the respondents don't see the alternative to good neighbourly relations and partnership in future. Moreover, most respondents see Russia as a part of Europe.

Key words: perception, images, Russia, European Union, Russian citizens, sanctions, international scene, state, security, risks.

Постановка проблемы. Проблема восприятия друг другом различных международных акторов становится особенно актуальной в свете обострения ряда глобальных и региональных конфликтов. Проблема актуализируется, во-первых, в силу того, что число драматических событий в последнее время нарастает ускоренно и лавинообразно (вспомним хотя бы события конца 2015 года: гибель пассажирского самолета над Синаем, теракты в Париже, сбитый Тур-

цией российский Су-24, стрельба в Калифорнии). Эпицентр этих событий так или иначе связан с войной на Ближнем Востоке. Этот конфликт стал триггером быстро меняющегося расклада сил на международной арене. Распадаются и складываются коалиции и союзы стран, меняется их политический вес.

Второй причиной актуализации проблемы восприятия становится тот факт, что в эпоху Интернета подобные события мгновенно ста-

новятся достоянием всего глобального сообщества, и реакция на них нередко диктуется теми образами, которые с небывалой ранее скоростью формируются в сознании как общества, так и элит под влиянием Интернета и СМИ. Появление новых акторов и новых каналов политической коммуникации по-новому ставит вопрос о восприятии в международной политике. Некоторые авторы уже пишут о развитии Интернет-дипломатии, где министры иностранных дел становятся чуть ли не виртуальными, а «нации шлют друг другу сообщения твиты, пишут ретвиты и ставят лайки» [20].

Темой нашего исследования стало восприятие ЕС в России, которую в свою очередь связывают определенные обязательства и в форматах БРИКС, ШОС, АТЭС, проекте нового Шелкового пути и др.

В соответствии с законами драматургии, в нашем исследовании есть: время, место действия, действующие лица и сюжет. Так, первый вопрос, который нам представляется существенным для понимания российского восприятия ЕС, это **место действия**, предполагающее анализ контекста, фона взаимодействия. Второй момент связан с фактором **времени**. Сегодня многие задаются вопросом: что будет из себя представлять новый мировой порядок, когда уляжется пыль нынешних острых конфликтов.

Нам представляется, что до разрешения уже обозначившихся конфликтов еще весьма далеко, да и нынешний кризис определяется не отдельными локальными событиями, а долгосрочными трендами и имеет системный характер. Поэтому, если и ставить перед собой задачу определять возможные векторы нового мирового порядка, то стоит исходить из того, что нам предстоит достаточно долго жить в этой новой ситуации – ситуации принципиальной неопределенности и неустойчивости, в которой конфигурация различных центров силы будут все время меняться, а для их описания понадобится иной, нежели имеющийся сейчас, научный инструментарий.

Третий момент относится к определению самих акторов международных отношений (**действующие лица**). ЕС принято считать достаточно традиционной и относительно устойчивой структурой. Но вряд ли кто-то оспорит наличие в ней центробежных тенденций. В последнее время появилось немало высказываний, которые предрекают ЕС распад. Так, спикер Европарламента Мартин Шульц недавно заявил, что угроза распада Евросоюза реальна, и трудно сказать, просуществует ли ЕС в данном виде еще десять лет. В конце декабря 2015 года Итальянский премьер Маттео Ренци в интервью для «Financial Times» пожаловался на двойные стандарты ЕС и Германии. [12].

Сегодня в Европе уже раздаются голоса о том, что возможным партнером ЕС может стать новое объединение стран – Россия, Индия, Китай и страны Центральной Азии, которое складывается в ходе поддержки Сирии в нынешнем ближневосточном конфликте (появилась даже новая аббревиатура – **RICCA**). Его вряд ли можно отнести к традиционным типам объединений. В последнее время на мировой сцене постоянно появляются такие нетрадиционные акторы. Совершенно иными, чем привычные нам ранее по природе, и новыми по форме, являются и БРИКС, ЕАЭС, ШОС, ОДКБ, и другие организации, объединившие страны из отдаленных либо из близких регионов. Они, в ряде ситуаций, выступают как единые акторы в отношениях с ЕС, хотя собственно ЕС не является основной целью, ради которой они объединялись, да и степень их сплоченности тоже бывает весьма различной в разных ситуациях. В какой мере эти и другие подобные структуры могут осуществлять “governance beyond the state” – вопрос сложный. Несомненно, такое объединение, как RICCA, даже если его рассматривать как некое ситуативное партнерство в отношении сирийского конфликта, представляет собой новое явление. Пока вряд ли оправдано трактовать его как возможный прототип будущего надгосударственного образования, сопоставимого с ЕС. Есть и иной, не географический, но чисто политический подход к выделению международных акторов. Так, сегодня нередко можно встретить утверждения о противостоянии Евroatлантики и Евразии.

Четвертый момент – **сюжет**. Каковы бы ни были реальные шансы для складывания партнерства между странами RICCA и их возможного взаимодействия с ЕС, совершенно очевидно, что такое взаимодействие будет во многом основываться на **взаимном восприятии** этих групп стран на двухсторонней и многосторонней основе. Образы друг друга как *партнеров*, *соперников* или даже *врагов* во многом будут определять их поведение. Мы предлагаем посмотреть на это взаимодействие, как оно видится из России. При этом попытаемся описать несколько важных психологических составляющих **политического восприятия**: прежде всего, содержание и структуру образов ЕС в сознании российского общества. Отдельно будет проведен анализ контекста восприятия и основных факторов, определяющих этот процесс.

1. Теоретические основания исследования

1.1. Внешне- и внутривосточный контекст восприятия ЕС в России

Восприятие ЕС российским обществом и политической элитой во многом определяется **внутри-**

политическим контекстом, то есть той психологической атмосферой, которая сложилась в стране в течении нынешнего периода (в третьем сроке путинского президентства). Этот контекст характеризуется динамичностью изменений, кульминацией которых, без сомнения, стало присоединение Крыма в 2014 году. События в соседней Украине и попытки изоляции России со стороны Западных стран, введенные против нее санкции, привели к невиданной ранее консолидации общества вокруг президента В. Путина и росту его рейтингов. Более того, доверие граждан к власти, возросшее в этот период, по преимуществу опиралось на одобрение именно внешнеполитического курса президента, который трактовался гражданами как возвращение стране роли великой державы, впервые в постсоветский период играющей эту роль [7].

Предстоящие в 2016 году парламентские, а в 2018 году – президентские выборы особенно остро ставят сейчас перед руководством страны необходимость учета общественного мнения по широкому кругу вопросов, включая восприятие гражданами не только отдельных политиков, власти в целом, но и отношение их к внешнеполитическому курсу.

Внешиполитический контекст российского восприятия ЕС во многом связан с кризисом в отношениях между Россией и ЕС. Обмен санкционными ударами фактически означает установление нового железного занавеса. Как подчеркнул в прошлом министр иностранных дел РФ, а ныне Президент Российского Совета по международным делам И. Иванов, «...если в годы холодной войны этот занавес носил преимущественно идеологический характер и довольно легко пал вместе с Берлинской стеной, то новый занавес стал отражением глубоких политических разногласий по ключевым проблемам современности» [4].

Если в течение четверти века постсоветского развития России многие российские политики и политологи испытывали некие иллюзии в оценке перспектив сотрудничества с ЕС, то сегодня они, напротив, смотрят на них, возможно, излишне пессимистично. Можно констатировать наличие глубокого взаимного недоверия на уровне лидеров, политических элит и обществ. В основе этого недоверия лежит ряд причин: от упрощенных и поверхностных стереотипов до глубинных ценностных расхождений, от серьезных расхождений в образах желаемого будущего, глобального порядка, до институциональных барьеров. Президент Путин, к примеру, в интервью, вошедшем в документальный фильм «Миропорядок», отмечает, что одной из причин этого кризиса в отношениях России с ЕС является то, что Европа «не проводит самостоятельной внешней политики». Вообще. Она от нее,

по сути, отказалась. И передала часть своего суверенитета, может быть, одну из важнейших частей своего суверенитета, в блок... по сути эта часть суверенитета отдана... лидеру НАТО – Соединенным Штатам» [3].

Россия, как другие крупные мировые и региональные державы, да и сами европейские страны в зависимости от ситуации и природы вопросов, требующих решения, «выбирают в своих отношениях с государствами ЕС либо «двусторонний трек», либо переговоры с Евросоюзом в целом» [5]. Таким образом, происходит определенное реформатирование международных отношений. На место преимущественно двухсторонних отношений приходят новые типы связей: региональные, межрегиональные, глобальные. Так, сложилось евроатлантическое (трансатлантическое) пространство, которое включает в себя государства Европы и Северной Америки. Россия, в свою очередь, включена в процессы евразийской интеграции. Это и Евразийский экономический союз, и Шанхайская организация сотрудничества, и проект нового Шелкового пути, АТЭС и RICCA. В. Путин считает, что «сопряжение проектов ЕАЭС и «Шелкового пути» означает выход на новый уровень партнерства и по сути подразумевает общее экономическое пространство на континенте» [6].

1.2. Проблема восприятия ЕС как группы стран

Политико-психологическая модель анализа восприятия. Для того, чтобы выявить, как ЕС видится из России, необходимо сформулировать теоретическую модель анализа этого процесса. Нам понадобится теоретическая модель, описывающая психологические механизмы восприятия международными акторами друг друга. Для этих целей больше всего подходит политико-психологический подход.

В литературе имеется немало работ, посвященных проблеме политического восприятия вообще [2, 16, 19, 24, 25] и восприятия отдельных политических объектов в частности [7, 15, 21].

Что касается восприятия в международной политике [18], то здесь исследователи больше внимания уделяют механизмам искажения восприятия, страхам и рискам, как факторам восприятия [1, 11, 13, 23]. Но 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: Jolanda van der Noll, Henk Dekker, 2014) [22]. Между тем, специфика такого группового восприятия и его контекста отличается по своим психологическим механизмам от межличностного восприятия лидеров и отдельных государств.

Одна из главных методологических проблем таких исследований связана с виртуализацией политики, с отрывом политических образов от реальных интересов людей, что делает сами образы достаточно неустойчивыми, стереотипными и иррациональными. Отсюда возникает необходимость наряду с устоявшимися рациональными **мнениями** людей о политиках, власти, других странах и собственной стране, выявить **неосознаваемые компоненты** их восприятия этих политических объектов. Следует заметить, что эти неосознаваемые компоненты учитываются редко. [7, 8, 9, 10, 14, 16, 17].

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 бессознательный слой восприятия.

Таким образом, мы рассматриваем **объектные характеристики** образа ЕС. То есть объект восприятия (в нашем случае это ЕС) во многом определяет политическое содержание образа. С другой стороны, образ ЕС является проекцией ожиданий субъектов восприятия, то есть рядовых российских граждан. В образе Евросоюза отражаются их потребности и мотивы, знания и представления, мнения, оценки и стереотипы, ожидания, эмоции. То есть образ ЕС определяется также и **субъектными факторами**. Политические образы будут изменяться в зависимости от психологических и социально-демографических характеристик (пол, возраст, образование и др.).

Изменения во времени, которые происходят с политическими образами, определяются **темпоральными факторами**, а различия, связанные с местом проведения исследования – **пространственными факторами**. Влияние средств массовой информации 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). [7, 10].

В соответствии с описанной выше моделью в исследовании была поставлена задача, во-первых, выявить и описать образ Евросоюза на рациональном и бессознательном уровнях восприятия. Во-вторых, мы хотели проверить гипотезы относительно факторов, влияющих на это восприятие.

Из всего многообразия факторов для данного мы выбрали субъектные, пространственные и коммуникативные факторы. В число частных задач вошла проверка предположений о различиях образов ЕС у тех, кто имел личный опыт посещения ЕС, и чей образ формировался исключительно посредством СМИ.

1.3. Методология и характеристика исследования

Методология, использованная нами в изучении образов ЕС, включала в себя **опрос рядовых граждан**, особенностью которого было большое число **открытых вопросов**. Помимо опроса нами использовался **метод проективного теста «Рисунок ЕС»**. Все эти методы были направлены на то, чтобы выявить не только рациональные, но и бессознательные аспекты образов.

Методы сбора и обработки информации.

Нами был проведен **опрос** 264 российских респондента в Москве. Выборка не была репрезентативна для России в целом, но она была сбалансирована по полу возрасту и образованию. В нашей методологии преобладали качественные методы с элементами использования количественных методов, в частности, кодирование и шкалирование ответов на открытые вопросы, а также статистический анализ.

В исследовании нами были использованы **открытые вопросы** для выявления того, что из себя представляет Евросоюз и кого из лидеров этой организации респонденты знают и могут назвать (респондентов просили назвать имена конкретных политиков, не лидеров отдельных стран, не давая им подсказки в виде готового списка фамилий). Анализ ответов на эти открытые вопросы позволяет выявить конкретное наполнение образов Евросоюза в их персонифицированном виде.

Поскольку сами образы ЕС включают в себя и рациональные, и бессознательные компоненты, то методология включала в себя инструменты для анализа обеих сторон образа. Данные по **рациональным** компонентам были собраны с помощью закрытых вопросов опроса и глубинных интервью с экспертами. **Бессознательные** компоненты изучались по большей части с применением открытых вопросов анкеты, неоконченных предложений и проективных тестов.

Основу **количественной части** исследования составил опрос. Обработка количественных данных велась стандартным образом с помощью пакета SPSS.

Качественная часть исследования включала в себя проведение **рисуночного теста, использования метода неоконченных предложений и**

анализа ответов на открытые вопросы. Анализ вербальной части неосознаваемых аспектов образа ЕС проводился посредством выявления метафор и сюжетов, а рисуночных тестов – посредством выявления символов и сюжетов.

Еще одним качественным методом исследования был проективный тест «**Рисунок ЕС**». Метод психологического рисунка широко применяется в других областях психологии, его главной целью является анализ личности того, кто рисует, но нас больше интересовал объект изображения – Евросоюз. В политической психологии этот метод до сих пор практически не использовался. В своем анализе мы фокусировали внимание на:

- *смысловых* характеристиках самого ЕС, раскрывающих отношение к этой организации рядовых граждан, *сюжетах*;
- *символических* объектах, встречающихся в изображениях;
- *когнитивных, эмоциональных и поведенческих* особенностях восприятия.

В рисунках мы анализировали параметры силы, активности, привлекательности образа, а также общий сценарий сюжета и использование в рисунке символов.

Процедура сбора данных в указанном тесте состояла в инструкции респонденту нарисовать ЕС, каким он ему видится, расположив рисунок свободно на листе бумаги формата А-4. По возможности рисунки выполнялись цветными карандашами. Выборка была сбалансирована по полу, возрасту и образованию. Для исследования образа власти с помощью рисуночного теста нами было собрано 243 рисунка.

2. Образы ЕС у россиян. Результаты исследования

2.1. Содержание и структура образов ЕС у рядовых граждан

Рациональные и бессознательные аспекты образа Евросоюза. В структуре образа ЕС есть и рациональные, и неосознаваемые компоненты. При этом на рациональном уровне действуют по преимуществу когнитивные механизмы человеческой психики, поэтому индивид осознает и понимает те особенности ЕС, о которых мы его спрашиваем. На бессознательном же уровне преобладают эмоциональные оценки ЕС.

Хотя образ ЕС мы анализировали разными методами на двух этих уровнях восприятия, использование одинаковых шкал (привлекательности-непривлекательности, силы-слабости и активности-пассивности) позволяет их сопоставлять между собой и делать выводы относительно степени осознания Евросоюза российскими гражданами.

Рациональный уровень восприятия ЕС

Описывая привлекательность образа ЕС, следует отметить его амбивалентность. С одной стороны, более трети опрошенных (35,1%) видят его как привлекательный, но в то же время почти пятая часть опрошенных дает ему негативные оценки (18,7%). Евросоюз видится респондентам как «*экономическое пространство с открытыми границами и большими перспективами развития*». Центральное место в привлекательности образа занимает ценность взаимопомощи, которая психологически близка российскому обществу.

Сила. Большинство респондентов (57,2%) считают Евросоюз сильным игроком на мировой арене, к мнению которого прислушиваются. Евросоюз обладает значительным влиянием на международные отношения; объединяет большое число стран; у него есть экономический потенциал и финансовая мощь, ресурсы для политического давления и санкций; «интеллектуальная сила».

Однако, признавая силу Евросоюза, российские респонденты замечают его постепенное ослабление: «... если сравнивать его с ним же самим десять лет назад, видно, что он слабеет, потому что десять лет назад он был единой организацией без конфликтов внутри. Если говорить про нынешнюю ситуацию, то многие страны выражают свое недовольство Евросоюзом, все больше появляется конфликтов в их структуре». Политические амбиции Евросоюза разбились о внутренние разногласия и несбалансированную экономическую и социальную политику. К тому же, место Евросоюза в мире занимают другие сильные игроки – Россия и Китай.

20,1% говорят о **слабости** ЕС, который находится в зависимом положении от интересов и действий США («Штаты в этом случае – первая скрипка»). Именно США является сосредоточением власти и силы, а Евросоюз «покорно исполняет их приказы». Несамостоятельность Евросоюза мешает ему выработать единую внешнюю политику, закрывая, тем самым, возможности для диалога с Россией.

Активность. Образ оценивается как активный чуть более, чем третью опрошенных (36,6%), благодаря способности Евросоюза оказывать экономическое давление, расширять культурные связи, отстаивать интересы входящих в него стран. Но все же, большей частью респондентов Евросоюз воспринимается скорее как нейтральное политическое объединение – 53,4%, занимающееся разрешением своих внутренних проблем и противоречий.

Свойственная российским гражданам персонификация политической власти сказывается



Рис. 1. «Евросоюз – мирное небо над землей».

на ответах респондентов, которые помимо экономического влияния, говорят об активности сильных лидеров европейских стран: «...очень важно учитывать личность политического лидера страны». Однако, при этом самих лидеров Евросоюза большинство респондентов не знают – 46,6%. Те, кто знает (около 40%) точно называют – Дональда Туска (30%), Федерику Могерини (16%), Жана-Клода Юнкера (16%). Остальные путают лидеров ЕС с лидерами стран. Неточное представление о лидерах Евросоюза большей частью опрошенных демонстрирует слабую сторону объединения, в котором нет ярких личностей. Респонденты не видят будущего у Евросоюза в его нынешней форме если в его руководстве не появятся сильные политики.

В целом, на рациональном уровне Евросоюз воспринимается скорее как привлекательный и сильный, но постепенно слабеющий политический объект, который ранее обладал большим политическим влиянием и был более активным участником международных отношений.

Бессознательные аспекты образов ЕС

Респондентам было предложено нарисовать, как они представляют себе Европейский союз, затем мы просили их прокомментировать свой рисунок. В результате нами было получено 243 рисунка. Полученный массив рисунков был далее обработан и проинтерпретирован.

Параметр привлекательности. По данному параметру преобладают «привлекательные» рисунки (39,5%). Привлекательность чаще изображается в виде позитивных образов, с яркой насыщенной прорисовкой, иллюстрирующих экономическое процветание, материальное благополучие и счастливую жизнь рядовых граждан (Рис. 1). В большом количестве встречаются эмоционально сильные символы – большие деревья, цве-



Рис. 2. Дерево «Евросоюз».



Рис. 3. «Паук – ЕС, а мухи страны-члены».

ты, дома, солнце, люди, держащиеся за руки. Немного меньше респондентов (38,7%) изобразили ЕС в нейтральных образах, без какого-либо эмоционального тона (Рис. 2).

Непривлекательные образы (21,8 %) исполнены в серых тонах и не прорисованы, а сам ЕС часто изображен в виде неприятных животных, насекомых и пустых геометрических фигур (Рис. 3).

Параметр силы. Менее трети респондентов (28,3%) на рисунках наделили ЕС **сильными** характеристиками. Чаще всего, **сила** изображается через предметы или действия, указывающие на политическое влияние, экономический потенциал. Сила также выражается в увеличенных размерах предметов, олицетворяющих ЕС (Рис. 4). Довольно часто сила Евросоюза изображается опосредованно, через отдельных его членов (Германию, Францию, Великобританию).

Почти столько же респондентов (26,3%), видят ЕС как **слабое** образование. В таких случаях слабость ЕС изображается в виде разваливающегося и аморфного предмета, либо че-

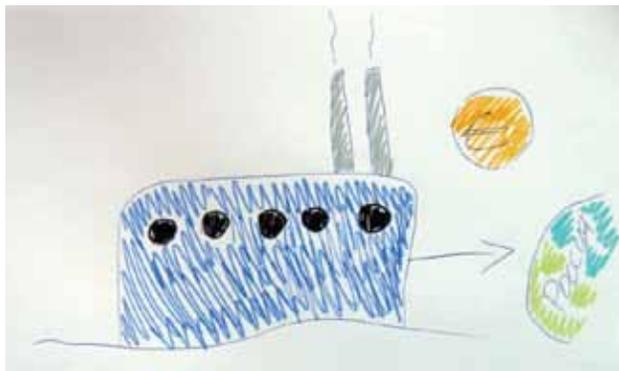


Рис.4. «Пароход ЕС надвигается на Россию».



Рис. 5. «Старушка Европа на перепутье больших дорог».

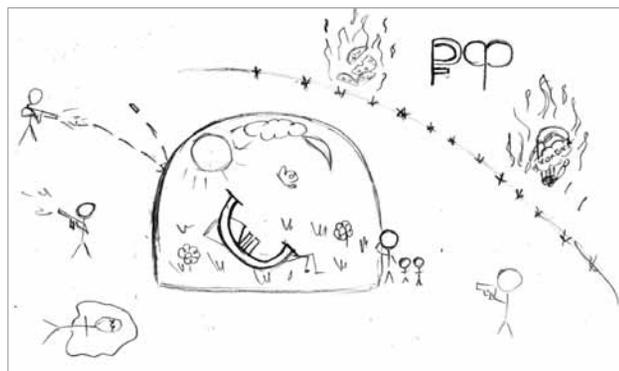


Рис. 6. «Евро в безопасности нежится под солнцем, пока остальной мир испытывает проблемы».

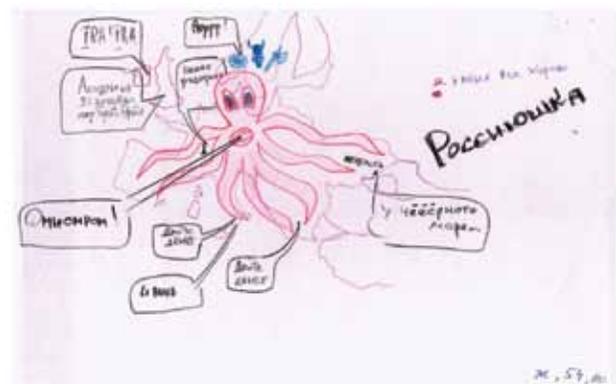


Рис. 7. «ЕС – осьминог, постепенно поглощающий Европу».

рез уменьшение размера олицетворяющих его предметов (Рис. 5).

Значительная часть респондентов (45,6%) изобразила ЕС, как нейтральное образование.

Параметр активности. Большинство опрошенных (70,8 %) на бессознательном уровне не наделяют ЕС активными характеристиками. На рисунках преобладают застывшие образы, схемы, карты и официальная символика (Рис.6). Встречаются образы, вовсе изображающие ЕС в виде объекта чужих действий.

Менее трети опрошенных (29,2 %), наделяют ЕС активным началом. Респонденты изображали активность в виде действий животных и механизмов, самого Евросоюза и его членов, стрелок и направлений, роста и развития (Рис. 7). Встречаются также активные политики и рядовые граждане.

Сравнение рациональных и бессознательных аспектов образа Евросоюза

И на осознаваемом, и на неосознаваемом уровнях политического восприятия, образ Евросоюза является сформированным, завершенным и достаточно простым. Образ является достаточно конгруэнтным по параметрам привлекательности и активности, но имеются существенные расхождения по параметру силы (см. табл. 1).

Таблица № 1.

Сравнение рациональных и бессознательных аспектов образа

| Параметры | Рациональный уровень (%) | Бессознательный уровень (%) |
|-------------------|--------------------------|-----------------------------|
| Привлекательность | 35,1 | 39,5 |
| Сила | 57,2 | 28,3 |
| Активность | 36,6 | 29,2 |

Привлекательность-непривлекательность. Как на рациональном, так и на бессознательном уровне респонденты симпатизируют демократическим ценностям ЕС, открытому экономическому пространству и действенности европейского права, а также экономическому благополучию.

Сила-слабость. Рационально более половины респондентов видят Евросоюз, как сильное объединение по его экономическому потенциалу и влиянию на мировую политику. На неосознаваемом уровне более выпукло выступает факт его зависимости от США.

Активность-пассивность. Евросоюз рационально воспринимается, как более активный актор, чем на бессознательном уровне. Можно предположить, что это связано с существующим политическим контекстом (санкции в отношении России).

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

2.1.2. Визуальные и вербальные характеристики образа

Исследование вербального аспекта образа ЕС

Мы рассматривали вербальный аспект образа ЕС через ответы респондентов на открытые и полужакрытые вопросы анкеты. Мы также проанализировали в полученных ответах сюжеты и метафоры, которые позволяют получить более целостный взгляд на природу образа исследуемого объекта.

Сюжеты и сюжетные линии в представлениях опрошенных. Под сюжетом традиционно понимается определенный ход действий, событийный ряд. Мы рассматривали сюжеты, описывающие отношения ЕС с другими странами, а также внутренние отношения внутри союза. Сюжет отношений ЕС и России по понятным причинам оказался самым насыщенным. Главной является сюжетная линия:

«Россия и ЕС – партнеры». Такой вывод можно сделать на основе того, что более половины (около 60%) респондентов назвали ЕС партнером России. Мнения варьируются от *«считаю партнером, хотя хотел бы видеть союзником»* до *«считаю партнером, с которым стало слишком сложно находить общие точки соприкосновения»*.

Респонденты видят в партнерстве России и ЕС взаимовыгодный характер. Около трети всех респондентов называют ЕС именно экономическим партнером.

Следующим по популярности сюжетом является **сюжет «Россия и ЕС – враги»**. Так считает четверть опрошенных нами респондентов. Эта позиция видна по таким высказываниям: *«они подсознательно считают нас врагами»*, *«думаю, что враг, ведь союзник или партнер не стал бы делать с нами то, что сделал ЕС»*, *«Евросоюз всячески стремится ослабить положение России на международной арене»*, *«Враг, так как предпринимает меры, направленные против России»*. Обратим внимание, что враждебная активность приписывается европейцам.

В данном сюжете можно выделить более конкретные сюжетные линии. К ним, во-первых, относится линия **«Евросоюз – угроза безопасности»**. Она видна из следующих высказываний: *«благодаря появлению Евросоюза войска НАТО стали приближаться к нашим границам»*, *«везде вмешивается, вторгается в политику других стран, пытается*

навязать нам свою позицию, притом хочет, чтобы везде была демократия по европейскому образцу».

Другая сюжетная линия – это **«ухудшение отношений между ЕС и Россией из-за событий в Украине и санкций»**. Она видна из следующих ответов: *«по украинскому вопросу Россия и ЕС – враги»*, *«безусловно, считаю врагом, экономические санкции тому подтверждение»*, *«на данном этапе враг, потому что санкции против РФ не оправданы»*.

Лишь 6.8% опрошенных считают, что **«ЕС – союзник России»**. Мы предполагаем, что число людей, выбравших этот вариант, так мало именно в связи с событиями в Украине и последовавшими за ними санкциями. Данную линию раскрывают следующие ответы: *«считаю союзником, потому что в решении важных вопросов и задач мы делаем всё сообща»*, *«до тех пор, пока Евросоюзу выгодно сотрудничать с Россией – он наш союзник»*.

Следующая группа сюжетов, которые мы рассматривали – это **сюжеты отношений ЕС и США**. Самые популярные сюжетные линии здесь – **отношения зависимости ЕС от США и отношения союзничества между ними**.

Линия союзнических отношений между США и ЕС прослеживается в таких высказываниях как *«США и ЕС – это единый политический субъект-корпорация»*. Очевидно, что респонденты осознают наличие между ЕС и США дружественных отношений во всех основных сферах.

К другим сюжетным линиям в отношениях ЕС и США можно отнести имеющие определенный вес **линии партнерских отношений и нейтралитета**.

Сюжеты отношений ЕС и Китая. Около половины респондентов охарактеризовали их как нейтральные. В ответах прослеживается мысль о том, что Китай и ЕС сосуществуют параллельно, не мешая друг другу ни в одной сфере.

Некоторые респонденты (примерно восьмая часть) указывают на все возрастающее экономическое сближение Китая и Евросоюза: *«их связывают сугубо экономические отношения»*, *«присматриваются, налаживают экономические связи»*. Линии партнерства просматриваются примерно в пятой части ответов. Также примерно восьмая часть респондентов считает отношения между Китаем и Евросоюзом сложными, напряженными или даже вражескими.

Основные **сюжеты отношений внутри самого ЕС** – это совместная работа над решением проблем, то есть линия солидарности внутри ЕС и линия неравенства внутри ЕС.

Метафоры в ответах респондентов. Под метафорой мы будем понимать слово или сочетание слов, которые употребляются в переносном смысле и используются для характеристики определенного предмета или явления. Основа метафоры – ассоциа-

ция, которая возникает в сознании при упоминании о том или ином событии или объекте.

С помощью метафоры мы можем донести информацию в более доступной, краткой и понятной форме. Используя метафоричные средства выразительности в своих ответах респонденты, вероятнее всего, неосознанно хотели усилить эмоциональный эффект своего высказывания, а также придать большую убедительность своей позиции.

Особенно эмоционально респонденты реагировали на просьбу описать, чем для них является Евросоюз и на вопрос об отношениях ЕС и США. Также метафорами они пользовались при ответе на вопрос о европейских санкциях. Это дает нам основание полагать, что вопросы, при ответе на которые метафоры встречаются чаще, вызывают у респондентов резонанс и волнуют их в наибольшей степени.

Все выявленные метафоры были разделены на три большие группы: метафоры-представления, метафоры-взаимодействия и метафоры о санкциях.

Первая, самая многочисленная группа – **«метафоры-представления»** – описывает образ Евросоюза в сознании российских граждан, как союз, цели и намерения которого не ясны, а позиции неустойчивы («Евросоюз – это колхоз», «Евросоюз – это амеба»). Часть респондентов представляет ЕС как группу стран, которые объединились с целью экономического угнетения более слабых государств («Евросоюз – это официальная машина по разрушению маленьких государств», «Евросоюз – это хитрый приспособленец»). Часть опрошенных воспринимает Евросоюз как аналог СССР или СНГ.

Вторая группа метафор – **«метафоры-взаимодействия»** – направлены на описание отношений между Евросоюзом и США. Примечательно, что ни отношения с Китаем, ни с Россией не вызвали такой бурной эмоциональной реакции. В паре ЕС-США Евросоюз представляется как «подкаблучник», «лакей», «вассал», «раб», «амеба, прилипшая к американскому ботинку», «51 штат США». На наш взгляд, такое видение отношений Европейского союза и Соединенных Штатов Америки российскими гражданами вызвано последними событиями, связанными с Украиной и Крымом. В этой ситуации ЕС полностью принял позицию США, даже когда она расходилась с его собственными интересами.

И, наконец, не обошлось без метафор в вопросе о санкциях. В целом, респонденты отрицательно оценивают санкции, которые Евросоюз ввел против России. Такого мнения придерживаются 60% опрошенных. В этих ответах санкции характеризуются как «бардак», «глупость». Кроме того, в ответах также есть отсылка к тому, что санкции – это не собственное решение Евросоюза, а мера, навязанная США.

Стоит отметить, что многие метафоры нельзя назвать лестными, они, скорее, носят критичный характер. Прежде всего, в сознании россиян ЕС – это «каста», «банда», «бардак», «старик, пережиток прошлого, СССР», «утопия», «амеба» и «подкаблучник США». Здесь видно, что ЕС, по мнению россиян, является относительно эффективным только с экономической точки зрения. Что касается его роли на международной арене, Евросоюз воспринимается как игрок второго плана в пьесе, где главную роль играет США.

Визуальные аспекты образа

На визуальном уровне у большинства респондентов преобладают когнитивно простые образы Евросоюза (68,7 %). Чаще всего у респондентов визуальные образы ограничиваются официальной символикой ЕС и национальных государств, а также картами.

Примерно треть рисунков включает одновременно несколько сложных сюжетов (31,3%), насыщенных схемами, иллюстрирующими взаимоотношения внутри ЕС. Полученные результаты говорят о том, что у респондентов есть интерес к европейской политике и Евросоюзу, но осведомленность о нем низкая.

Анализируя рисунки, мы выделили пять наиболее часто повторяющихся сюжетов:

- **«Символы Евросоюза»** – сюжеты, изображающие официальную символику ЕС в различных модификациях, например, флаг с добавлением карты Европы (Рис. 8). Сюжеты данного типа отличаются наибольшей когнитивной простотой.
- **«Евросоюз, Россия и США»** (Рис. 9). На рисунках данного типа, ЕС часто изображается в виде слабых и не привлекательных животных, символов, агрессивных по отношению к России и подчиняющихся США (Рис. 10).
- **«Внутреннее устройство Евросоюза»** – данный тип сюжетов изобилует большим количеством схем, символов, пытающихся продемонстрировать взаимоотношения между участниками ЕС и значимость отдельных государств, а также символикой национальных государств. Данный тип сюжетов отличается наибольшей когнитивной сложностью. (Рис. 11).
- **«Проблемы Евросоюза»** – сюжеты данного типа акцентируют внимание на внутренних проблемах и противоречиях, испытываемых Евросоюзом. Эту группу можно назвать самой стереотипизированной, так как в ней присутствуют сюжеты, растиражированные российскими СМИ, такие как, проблемы миграции, исламизации, национализма и финансовый кризис (Рис. 12).



Рис. 8. «Флаг Евросоюза, в центре – схема географической карты стран ЕС».

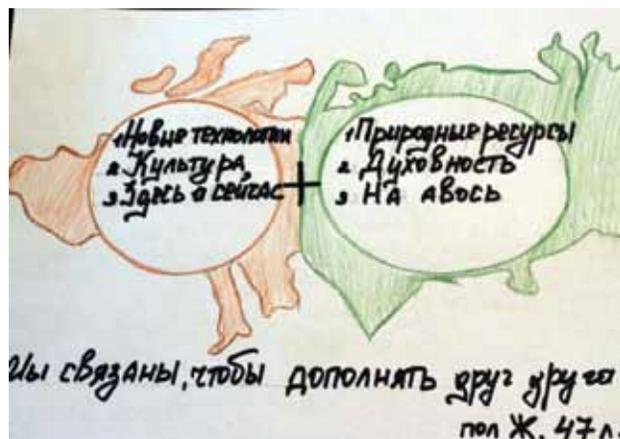


Рис. 9. «Мы связаны, чтобы дополнять друг друга».



Рис. 10. «Евросоюз, Россия и США»

- «Ценности Евросоюза» – этот тип сюжетов насыщен большим количеством привлекательных символов, изображающих взаимопомощь, правосудие, «гармоничное разнообразие», материальное благополучие, демократию (Рис. 13). Часто встречаются эмоционально привлекательные символы: цветы, солнце, дома, круглый стол, большие деревья, «рука помощи», счастливые люди. Изредка встречаются негативные ценности Евросоюза в виде нацистской и ЛГБТ-символики, олицетворяющие духовный упадок Европы.

Итак, 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 (то есть на более глубоком уровне восприятия) сюжеты и предметы, олицетворяющие экономическую, торговую и промышлен-



Рис. 11. «Великобритании и Франции не нравится доминирование Германии в ЕС».

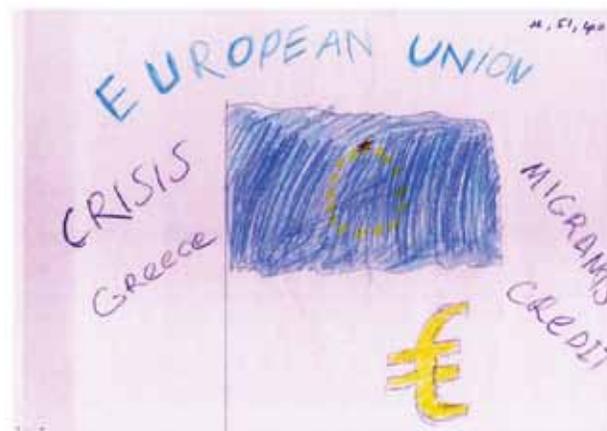


Рис. 12. «Проблемы Евросоюза»

ную деятельность. Евро оказался достаточно сильным символом не только самого ЕС, но и его экономической мощи, вытеснив такие традиционные символы экономического развития Европы, как промышленность.

Также в ответах на вопросы анкеты нам не встретились лидеры ЕС, а на рисунках присутствуют «безликие» европейские чиновники и нацио-



Рис. 13. «Ценности Евросоюза»: равноправие, свобода, единомыслие, содружество

нальные лидеры: Ангела Меркель и Франсуа Олланд. Это говорит о желании персонифицировать образ ЕС, но в отсутствии сильных лидеров. Шансы ЕС на развитие видятся респондентам невысокими. Мы не встретили в рисунках предметов и сюжетов, указывающих на военную мощь ни Евросоюза в целом, ни его отдельных стран. Это можно интерпретировать как отсутствие ожиданий военной угрозы с его стороны. При анализе результатов проективных тестов нами было выявлено, что лишь 13% опрошенных, на бессознательном уровне наделяют Евросоюз агрессивными характеристиками.

2.1.3. Эмоциональные, когнитивные и поведенческие компоненты образа Евросоюза

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

Эмоциональный компонент. 18,7% опрошенных негативно высказываются в отношении Евросоюза. Для опрошенных ЕС не симпатичен как система, как объединение «неправильно мыслящих» государств.

Безусловно, негативное восприятие связано с политическим контекстом – ухудшением отношений между Евросоюзом и Россией, введением взаимных санкций, но более всего респонденты порицают несамостоятельность в международных делах ранее сильного актора: «Евросоюз – творение США с целью обезличить европейские государства».

Однако, несмотря на растущую антипатию к действиям Евросоюза, 35% в вопросе о природе ЕС пока еще относятся к союзу позитивно. Опрошенные испытывают чувства эмпатии и переживания за положение ассимилируемых народов Европы,

культурные традиции которых разрушаются в условиях европейской интеграции («ЕС – кладбище народов»). 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. Евросоюз воспринимается, прежде всего, как партнер России (61%). Опрошенные считают, что Россия и Евросоюз обязательно должны взаимодействовать с целью экономического и политического сотрудничества, борьбы с террористическими угрозами. Однако, Евросоюз видится российским гражданам партнером ненадежным, «не очень честным: с одной стороны, Евросоюз не может отказаться от взаимовыгодного сотрудничества с нами, а с другой – постоянно предпринимает попытки смошенничать».

Чувства разочарования в Европейском союзе на поведенческом уровне проявляются в том, что Россия пытается выстроить «более мягкие» отношения, но европейские страны не идут на контакт. Несмотря на существующие политические противоречия и ненадежность Европейского союза, большинство респондентов хотят сохранения мира и партнерских отношений.

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, несмотря на разочарование политической позицией Евросоюза, большинство опрошенных видит необходимость продолжения сотрудничества стран Европы с Россией в экономическом секторе.

3. Факторы восприятия.

3.1. Субъектные факторы

Анализ политического восприятия Евросоюза был бы неполным без описания характеристик самого субъекта. Мы исходили из гипотезы, что гендерные, возрастные различия и различия в образовании накладывают определенный отпечаток на то, как граждане воспринимают политические реалии в целом и Европейский союз в частности.

3.1.1. Гендерные особенности восприятия ЕС

Эмоциональное отношение респондентов, определялось с помощью методики неоконченных предложений. Респондентам предлагалось завершить предложение «Евросоюз – это...». Российские мужчины в большей степени, чем женщины склонны к негативным оценкам и даже жесткой критике (большинство негативных метафор Евросоюза принадлежит именно им).

Содержательные характеристики, фигурирующие в ответах мужчин и женщин в основном совпадают. Однако есть и ряд различий в восприятии.

Во-первых, мужчины чаще смотрят на Европейский союз с точки зрения внешней политики, как на игрока международной арены. Женщины склонны чаще оценивать внутривнутриполитическую ситуацию в ЕС, заостряя внимание на том, что объединяет эти страны.

Во-вторых, если женщины акцентируют внимание на общих интересах и перспективах стран ЕС, то мужчины оценивают его с точки зрения эффективности в решении определенных задач.

В-третьих, мужчины, в отличие от женщин, обращают внимание на военную составляющую, а также на ценностный и моральный аспект.

На **когнитивном уровне** стоит отметить, что ответы женщин менее разнообразны, в их риторике встречаются похожие категории. Ответы мужчин в целом шире по своему диапазону и варьируют от положительных до резко негативных.

В целом, мужчины в большей степени интересуются политикой и лучше осведомлены как о лидерах Евросоюза, так и о взаимоотношениях ЕС с другими странами. Женщины демонстрируют меньший уровень знаний о конкретных фактах, но в целом когнитивная сложность образа у них выше, они больше обращают внимание на детали образа ЕС.

3.1.2. Поколенческие особенности восприятия ЕС

Еще одним социально-демографическим фактором восприятия является возраст граждан. Для наших исследовательских задач в структуре российского общества было выделено три возрастные группы: от 18 до 30 (молодое поколение), от 30 до 55 (среднее поколение), от 55 и старше (старшее поколение).

В целом образы Евросоюза у представителей всех трех поколений являются схожими по большинству параметров и вопросов. Тем не менее, нами были выявлены некоторые различия в восприятии.

Так, российская молодежь проявляет более позитивное отношение к ЕС (около 42%), чем гражд-

дане среднего (около 33%) и старшего возраста (около 25%) и реже остальных высказывается негативно о Европейском союзе.

По параметрам привлекательности, силы и активности наблюдается схожая тенденция: молодежь реже остальных возрастов приписывает ЕС негативные характеристики. Незначительное число негативных оценок ЕС молодежью связано в основном с представлениями о несамостоятельности ЕС, зависимости от США. Еще одним проблемным вопросом является неравномерное распределение благ и подавление интересов некоторых стран, т.е. мнимое равноправие.

Люди **среднего возраста** главным преимуществом членства в ЕС считают возможность свободного безвизового передвижения людей. Тем не менее, проблемным вопросом, по мнению представителей среднего поколения, является *«частичная или полная потеря суверенитета стран»* из-за вмешательства Брюсселя в политику членов ЕС. Около 24% опрошенных считают союз *«фиктивным»*, *«оказывающим мнимую помощь друг другу»*, *«зоной невзаимовыгодных и непартнерских отношений»*. Среди людей среднего возраста доля тех, кто считает ЕС нежизнеспособным объединением, больше, чем среди остальных поколений.

Представители **старшей возрастной группы**, выросшие в период, когда в обществе преобладали социалистические ценности, привыкли жить в стабильном, сильном и независимом государстве. В связи с этим при оценке нынешнего Европейского союза в позитивном ключе рассматриваются такие характеристики, как *«нацеленность на решение общих задач»*, *«взаимопомощь»*.

Больше половины респондентов данной возрастной группы относятся к ЕС нейтрально (51%), а около трети – позитивно (27%). Но по сравнению с молодежью среди лиц старшего возраста гораздо больше тех, кто негативно оценивает ЕС (22%).

3.1.3. Образование как фактор восприятия ЕС

Статистически значимых различий в восприятии людей со средним и высшим образованиями нами выявлено не было. Однако люди с высшим образованием в целом относятся более позитивно к данному объединению.

3.1.4. Влияние личного опыта на восприятие ЕС

Вопреки нашей гипотезе, в ответах респондентов, которые ни разу в ЕС не бывали, наметилась тенденция более позитивного отношения к нему. Это касается как общей привлекательности образа, так и восприятия его силы и активности. Кроме того, данная группа респондентов в два раза чаще

отмечает эффективность объединения, в первую очередь в экономической сфере, а также с точки зрения общего благосостояния граждан стран ЕС. Можно сказать, что у россиян, которые не бывали в ЕС, зачастую действует принцип «там хорошо, где нас нет». И напротив респонденты, имеющие личный опыт посещения стран ЕС, чаще высказывают критическую позицию «информированных оптимистов».

Во-вторых, можно отметить, что от того бывали граждане России в странах Евросоюза или нет, практически не зависит его восприятие как союзника, врага или партнера (в каждой группе большинство считает ЕС партнером России (около 60-63%); далее врагом (около 23-27%) и затем союзником (около 7%).

В-третьих, россияне, посещавшие страны ЕС, чаще видят угрозу безопасности России с его стороны, чем остальные. Прежде всего, называют приближение границ НАТО к России, а также развертывание системы ПРО.

В-четвертых, различия были зафиксированы нами на когнитивном уровне: россияне, которые бывали в странах ЕС гораздо лучше знают лидеров союза и реже путают их с главами конкретных государств.

Таким образом, мы видим, что помимо таких социально-демографических характеристик субъекта, как пол и возраст, на восприятие Евросоюза влияет и личный опыт граждан. Россияне, которые не посещали стран Евросоюза в целом относятся к данному объединению более позитивно, но в то же время с большим недоверием оценивают ЕС как партнера России, указывая на ненадежность и нечестность.

Критичность суждений в отношении ЕС возрастает у тех россиян, которые посещали конкретные страны Евросоюза и знакомы с их жизнью не из газет и Интернета. Тем не менее, данная группа граждан видит больше точек соприкосновения у ЕС и России, как в культурно-историческом плане, так и с точки зрения экономических и политических задач.

3.2. Пространственные факторы.

Важно учитывать то, как люди воспринимают себя и свою территорию, как это соотносится с восприятием других стран.

Европа и Евросоюз. Чтобы узнать, как видят пространство Европы и Евросоюза россияне и разделяют ли они эти понятия, им был задан вопрос: «*Видите ли Вы разницу между Европой и Евросоюзом?*» Около 80% опрошенных ответили что «*не все страны Европы входят в Евросоюз*» и «*Европа это часть света, а Евросоюз это политическое объ-*

единение». Данные ответы свидетельствуют о том, что респонденты различают эти понятия, при этом 60% опрошенных считают Россию частью Европы.

Отвечая на вопрос: «*Как Вы думаете, поддерживают ли граждане Евросоюза политику этой организации в отношении России?*» респонденты рассуждают о европейцах, как о гражданах одного государства: «*процентов 30 граждан поддерживают, 70 – не поддерживают*», «*50% граждан поддерживают политику Евросоюза в отношении России, 50% – нет*», «*Думаю, что благодаря влиянию СМИ рядовые граждане в Европе поддерживают политику ЕС в отношении России*». Исходя из этого, можно сделать вывод, что большинство респондентов не разделяет Евросоюз и страны, входящие в него, а 20% опрошенных прямо заявили, что разницы между Европой и Евросоюзом нет, т.к., по их мнению, все страны Европы входят в Евросоюз.

Россия и Европа. Вопрос об отношениях с Европой для россиян глубоко укоренен в проблематике российской идентичности. Образ Европы остается чрезвычайно привлекательным, а уровень симпатий к ведущим европейским странам (Англии, Франции, Германии) намного превышает соответствующий показатель отношения к странам Азии. Свой национальный характер россияне отчетливо отделяют от европейского типа и уже не проявляют стремления «быть такими же», но русскую культуру однозначно идентифицируют как европейскую. Однако по социальной энергетике и динамизму она в глазах наших респондентов сильно проигрывает России. Кроме того, отдавая должное европейской «цивилизованности», россияне отказываются признать духовное превосходство Европы, в том числе в сфере культуры.

В результате проведенного исследования, можно выделить две модели российской идентичности: 1) Россия представляет собой часть Европы, и в будущем она будет наиболее тесно связана именно с этим регионом; 2) Россия не является вполне европейской страной, а представляет собой особую, евразийскую цивилизацию, и в дальнейшем центр тяжести российской политики будет смещаться на восток. Наиболее значимым фактором, определяющим выбор той или иной модели идентичности, как и в вопросах евроинтеграции, является возраст. У респондентов до 30 лет преобладает стремление видеть Россию частью Европы, а в более старших возрастных когортах соотношение меняется на противоположное.

Евросоюз, кто главный? При ответе на вопрос: «*Как Вы считаете, какие страны Евросоюза обладают наибольшим влиянием? Почему?*» (см. табл. 2) большинство опрошенных подчеркивает превосходство Германии, Франции и Англии, при этом ссылаясь на их экономические успехи. Примечательно,

что ряд стран Европы, входящих в ЕС вообще не был назван, а страна, где находится штаб-квартира ЕС – Бельгия играет, по мнению респондентов, такую же роль, как Польша. Зато 1,5% опрошенных включили в этот список США. Все это говорит о довольно неточном в когнитивном плане образе ЕС, но именно так определяют российские граждане степень влияния этих стран на дела ЕС.

Таблица 2.

Страны ЕС, обладающие наибольшим влиянием, по мнению респондентов

| Рейтинг стран | % |
|----------------|------|
| Германия | 93,2 |
| Франция | 63,3 |
| Великобритания | 46,2 |
| Италия | 9,8 |
| Испания | 3,8 |
| Бельгия | 1,5 |
| Польша | 1,5 |
| США | 1,5 |
| Швейцария | 1,1 |
| Австрия | 0,8 |
| Нидерланды | 0,8 |
| Россия | 0,8 |
| Швеция | 0,8 |
| Ватикан | 0,4 |
| Норвегия | 0,4 |

3.3. Коммуникативные факторы восприятия ЕС в СМИ и Интернете: сходства, различия и взаимозависимость онлайн и офлайн коммуникации

До сих пор для изучения образа Евросоюза мы анализировали мнения граждан России в реальности или в офлайне. Однако уместно предположить, что образ Евросоюза, складывающийся в интернет-пространстве, при наличии популярных в интернет-среде спикеров, может обладать заметными отличительными чертами по сравнению с офлайн-образом.

Возникают следующие вопросы: действительно ли офлайновый образ Евросоюза в сознании граждан идет вразрез с его онлайн-версией? Навязывают ли гражданам эксперты и лидеры общественного мнения с помощью интернета определенные образы ЕС? Или же онлайн-среда – это лишь один из источников формирования образов в политическом сознании граждан?

Для качественного контент-анализа нами были отобраны аккаунты пяти авторитетных спикеров блогосферы и социальных сетей: директора Департамента информации и печати МИД РФ Марии Захаровой, [28-29] председателя Комитета по международным делам Государственной Думы Алексея Пушкова [30], Уполномоченного МИД России по вопросам прав человека, демократии и верховенства права Константина Долгова [31], заместителя Председателя Правительства РФ Дмитрия Рогозина [32] и председатель Комитета Совета Фе-

дерации по международным делам Константина Косачева [33-35]. В аккаунтах этих экспертов анализировались сообщения за последние 6 месяцев (с 1 июня по 30 ноября 2015 года), тематически относящиеся к деятельности Евросоюза и отношениям между ЕС и Россией.

Важно и то, что для изучения коммуникативного фактора были отобраны персоны, которые действительно принадлежат к числу тех, кто принимает политические решения, либо стоит близко к ним.

Аналогично были изучены интернет-аккаунты Министерства иностранных дел РФ [36-37] и Постоянного представительства России при ЕС. [38]

Дополнительно было отобрано 6 новостных интернет-ресурсов для качественного контент-анализа публикаций по теме деятельности ЕС и отношений России и Евросоюза с целью выявления транслируемого образа Евросоюза в интернет-СМИ: Rbc.ru, Lifenews.ru, Vesti.ru, Lenta.ru, Газета.Ru, Meduza.io. [39-43] [26-27] Интернет-ресурсы были отобраны из рейтинга «Топ-30 самых цитируемых Интернет-ресурсов» по состоянию на ноябрь 2015 года, составленного информационно-аналитической системой «Медиалогия».[44] Всего было проанализировано 600 новостных материалов в указанных интернет-СМИ, опубликованных с 1 июня по 30 ноября 2015 года.

По результатам проведенного анализа можно сделать следующие выводы.

Во-первых, в проанализированном секторе информационного онлайн-пространства поддерживается образ Евросоюза, который можно определить, как **образ «трудного партнера» или «вынужденного партнера»**. Евросоюз предстает в изученных публикациях как объединение стран, переживающих внутренний политико-административный кризис, политика которого в отношении России крайне противоречива. Несмотря на то, что в сообщениях Евросоюз предстает не совсем рациональным, тенденциозным и заикленным на противостоянии с Россией, сама Россия вынуждена «терпеть» другую сторону, усиленно отстаивать собственные позиции, молниеносно отвечать на критику и обвинения и по необходимости принимать контрмеры, но при этом не доводить ситуацию до разрыва политических, экономических и культурных связей.

Так, в социальных сетях спикеров (в частности, Марии Захаровой и Алексея Пушкова) и интернет-ресурсах публиковались сообщения с критикой политики Евросоюза в области информационной безопасности. Лейтмотивом критического разбора ситуаций стали тезисы об избирательности политики свободы слова и цензуры в странах ЕС, недопустимости следования информационной политикой, навязываемой Евросоюзом России.

Важно отметить и то, что в последнее время в сюжете партнерства в онлайн-образе Евросоюза отмечаются сдвиги в сторону более нейтрального или даже позитивного отношения. Из анализа видно, что изменения спровоцировала повестка, резко перефокусированная на тему безопасности и борьбы с международным терроризмом, что сместило разногласия между Евросоюзом и Россией на второй план. Однако делать выводы о том, насколько существенным окажется наблюдаемый сдвиг в восприятии ЕС, преждевременно. Образ ЕС в онлайн-пространстве слишком сильно подвержен влиянию политической конъюнктуры, поэтому некоторое «смягчение» образа может быть временным.

При сопоставлении с данными об образе Евросоюза в политическом сознании граждан, полученными в офлайне, очевидно совпадение желаемого образа ЕС как партнера России. При этом также совпадает акцент на «непростом характере» партнерства и вынужденном характере сотрудничества: в ответах респондентов ЕС также представал в качестве партнера, «к которому нет доверия». Интенсивность критического отношения к Евросоюзу в онлайн-пространстве выше, чем в ответах респондентов, которые больше склонны к нейтральной оценке.

Особенно восприимчивыми к дискурсу в онлайне могут быть те граждане, в чьем сознании образ ЕС отличается когнитивной простотой, а значит, в существенной степени зависит от его интерпретаций.

Из этого следует **вторая характеристика** онлайн-образа Евросоюза. У спикеров высок градус эмоциональных оценок Евросоюза, тем не менее, они стремятся рационализировать свои высказывания, привести аргументы. Амбивалентность такой подачи образа ЕС сказывается на неоднозначности мнений комментаторов в аккаунтах экспертов (комментарии на Facebook и в блогах «Эхо Москвы», реплаи (ответы) в Твиттере). В комментариях наблюдается раскол: большинство пользователей не может прийти к единому мнению в отношении Евросоюза, демонстрируя совершенно полярные стереотипы в высказываниях о ЕС.

По сравнению с ответами респондентов в опросе, в онлайн-образе Евросоюза в меньшей степени присутствует нейтральная эмоциональная оценка. В Интернете граждане ведут себя импульсивнее, эмоциональнее в оценках, нежели в опросе за пределами интернет-пространства.

В-третьих, двойственность наблюдается и по характеристике силы/слабости образа, что во многом совпадает с результатами опроса. Можно предположить, что стереотипы в ответах респондентов могут быть навязанными, усвоенными ими из СМИ

или из интернет-дискуссий, в которых отношения ЕС и России обсуждаются достаточно давно.

Мы предполагали, что на снижение привлекательности влияет фактор официальной пропаганды, которая активно тиражирует негативные стороны образа ЕС. Однако исследование не подтвердило эту гипотезу. Тот факт, что на бессознательном уровне Евросоюз выглядит для граждан несколько привлекательнее, означает не столь существенное воздействие пропаганды, как это нередко принято считать.

Таким образом, наш анализ показал, что СМИ и Интернет могут быть важными источниками образов, однако они не доминируют в формировании образа Евросоюза в сознании граждан. Например, влияние онлайн прослеживается на рациональном уровне привлекательности образа в ответах респондентов, однако объем позитивных характеристик в образе ЕС на бессознательном уровне свидетельствует об определенной самостоятельности образа у респондентов.

Из этого следует, что во многом онлайн-пространство приводит к поддержанию амбивалентности в образе Евросоюза в политическом сознании граждан.

Заключение и выводы

1. Поиск основания для будущего взаимодействия ЕС и стран RИССА можно начинать с общности интересов, ценностей или представлений, которые обычно отличаются чрезвычайной устойчивостью. Однако, мы нередко видим, как акторы международной политики действуют в ущерб своим интересам, а общие ценности и представления не становятся барьером для возникновения конфликтов между разделяющими их странами. В то же время, образы друг друга влияют на принимаемые решения и существуют всегда, независимо от их знака. Они более подвижны. Отсюда вывод о том, что изучение восприятия этими группами стран друга – эффективный инструмент для прогноза их взаимодействия.
2. Исследование **образа ЕС у российских граждан** показало, прежде всего, значимость **политического контекста** восприятия. Речь идет в первую очередь о *внешнеполитическом* контексте, включающем решения ЕС о санкциях и других недружественных действиях в адрес РФ. Не случайно все опросы последнего времени фиксируют взрывной рост негативных чувств россиян в отношении ЕС. По данным Левада-центра [45], начиная с мая 2014 года россияне все хуже относятся к Евросоюзу, порядка 60% (для сравнения: этот показатель в

сентябре 2013 года составлял 28%). Очевидно, что такой рост негативизма был вызван конкретными действиями ЕС в отношении России. Кроме того, следует упомянуть и важные события на Украине, на Ближнем Востоке, в Европе, которые создают сложный фон восприятия.

Не менее значим и российский *внутриполитический* контекст восприятия. Присоединение Крыма и санкции Запада привели к невиданной до сих пор консолидации общества вокруг президента Путина. Предстоящие в 2016 парламентские, а в 2018 президентские выборы делают внешнеполитическую повестку дня центром этих предвыборных кампаний. В такой ситуации долгосрочные тренды политической культуры (близость культурных традиций, уважение к европейскому наследию и благодарность за поддержку и союзнические отношения), которые еще год назад определяли позитивное отношение к ЕС, оказались вытесненными ощущением ненадежности ЕС как партнера, даже его «предательством» под давлением США.

3. Как же видят российские граждане ЕС? Его образ, прежде всего, отличается амбивалентностью и неустойчивостью. Это связано, во-первых, с тем, что российские СМИ и Интернет подают образ ЕС достаточно противоречиво, во-вторых, с быстрой сменой ситуации во внешней и внутренней политике, и в-третьих, со сдвигами массового сознания.
4. В образе ЕС имеется довольно высокая степень совпадения его рациональных и неосознаваемых компонентов. Однако между ними есть и существенные рассогласования. Так, привлекательность в образе выше на бессознательном уровне, а активность – напротив, на рациональном. Наиболее важным результатом стало то, что по параметру *силы* более половины опрошенных считают ЕС сильным союзом на рациональном уровне, тогда, как на бессознательном уровне образ воспринимается как сильный вдвое меньшим числом респондентов. При этом они отмечают, что ЕС был раньше сильным, но постепенно ослабевает под воздействием США, и он воспринимается чаще как «декоративный союз», который зависит от политических предпочтений своего заокеанского партнера. В образе также присутствуют признаки старения («старушка Европа»).
5. Такое расхождение между рациональными мнениями и неосознаваемыми ощущениями респондентов в отношении ЕС связано как с противоречивостью его политики, так и, не в меньшей мере, – с несформированностью его

образа в России. В таких случаях более значимо для прогноза не столько то, что респонденты говорят при ответах на вопросы анкеты, сколько их эмоциональная реакция на неосознаваемом уровне.

6. В целом, на рациональном уровне Евросоюз воспринимается, как скорее привлекательный и сильный, хотя и постепенно слабеющий политический объект, который ранее обладал большим политическим влиянием и был активным участником международных отношений. При этом, активность в образе ЕС чрезвычайно низка. На бессознательном уровне ЕС видится, прежде всего, как экономический союз, и респонденты замечают в нем не промышленность или сельское хозяйство, а финансовые институты. В этом образе практически отсутствует военная мощь. Лишь 13% опрошенных находят в образе признаки агрессивности. Рисуночный тест показал, что на бессознательном уровне опрошенные видят не столько Евросоюз, сколько отдельные европейские государства. Еврочиновники в их глазах выглядят безликими и малоразличимыми, в то время, как лидеры отдельных стран – узнаваемы и активны. В целом Европа воспринимается лучше, чем ЕС.
7. **Психологическая структура** образа ЕС состоит из трех компонентов: эмоционального, когнитивного и поведенческого. Так, *эмоциональный* компонент скорее позитивный, хотя и включает в себя немало критических оценок, негативных метафор, непривлекательных изображений. *Когнитивный* компонент образа представлен, как простой, ясный, и достаточно точный. *Поведенческий* компонент образа замерялся через вопрос о том, кто друг для друга Россия и ЕС. Большинство считает ЕС партнером. Однако, в ЕС как партнере, многие респонденты разочарованы и называют его ненадежным и неверным. Примерно четверть видит в нем врага, и только незначительное число рассматривает его как друга. При этом, в будущем опрошенные не видят альтернативы отношениям добрососедства и партнерства. Более того, большинство из них себя ощущает частью Европы.
8. С **субъектными факторами** связаны различия в восприятии у мужчин и женщин, у людей разных возрастов и образования, у тех, кто имел личный опыт знакомства с Евросоюзом и тех, кто в ЕС не бывал. Так, исследование показало, что российские мужчины в большей степени, чем женщины, склонны к негативным оценкам и даже жесткой критике. Женщины настроены более нейтрально. Женщины де-

монстрируют меньше знаний о конкретных фактах, но в целом когнитивная сложность образа у них выше, они больше обращают внимание на детали образа ЕС.

9. В целом, образы Евросоюза у представителей всех трех поколений являются схожими по большинству параметров. Тем не менее, нами были выявлены некоторые различия в восприятии. Так, российская молодежь проявляет более позитивное отношение к ЕС, чем граждане среднего и старшего возраста.
10. Статистически значимых различий в восприятии людей со средним и высшим образованием нами выявлено не было. Однако более высокая когнитивная сложность суждений ожидаемо была зафиксирована у людей с высшим образованием. Они же были и более критичны в отношении ЕС. Наиболее любопытными оказались отличия тех, кто имел личный опыт посещения ЕС и тех, кто основывает свое вос-

приятие на информации из СМИ. Вопреки нашим предположениям более позитивным оказалось отношение к ЕС у тех, кто там ни разу не бывал (и общая привлекательность образа, и восприятие его силы и активности). То есть их позитивные стереотипы оказались весьма устойчивыми. Однако, парадоксальным образом высокая привлекательность образа ЕС не мешает им относиться к нему с настороженностью и недоверием, чаще видеть угрозу безопасности России с его стороны (в виде приближения границ НАТО к России, а также развертывания системы ПРО).

11. Коммуникативные факторы, как показало наше исследование, влияют на образ ЕС в сознании российских граждан. Однако это влияние не является доминирующим в формировании образа ЕС и, как и иные факторы, дает гражданам достаточно амбивалентную картину.

Библиография:

1. Киселев И. Ю., Смирнова А. Г. Динамика образа государства в международных отношениях. СПб.: СПбГУ, 2006. С. 13.
2. Преснякова Л.А. Структура личностного восприятия политической власти/ Л.А.Преснякова // журнал «Полис» №4. М., 2000. С. 135-140.
3. Путин: беда Европы в том, что она отдала часть суверенитета США// Информационное телеграфное агентство России (ИТАР-ТАСС). URL: <http://tass.ru/politika/2543649>
4. Речь на встрече Рабочей группы проекта «Строительство Большой Европы». URL: http://russiancouncil.ru/inner/?id_4=6998#top-content
5. Россия – Европейский союз: возможности партнерства / [И.М. Бусыгина (рук.) и др.]; [гл. ред. И.С. Иванов]; Российский совет по междунар. делам. – М.: Спецкнига, 2013. С. 9.
6. РФ и Китай договорились о «состыковке» проектов ЕАЭС и «Шелковый путь»// Информационное телеграфное агентство России (ИТАР-ТАСС). URL: <http://tass.ru/ekonomika/1956881>
7. Шестопал Е.Б., Путин З.О.: общество и власть в новейшей истории России. М.: АРГАМАК-МЕДИА, 2015. С. 54.
8. Шестопал Е.Б. Образы российской власти: От Ельцина до Путина. М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2009. С. 76.
9. Шестопал Е.Б., Образы власти в постсоветской России. М.: Алтейя, 2004. С. 45.
10. Шестопал Е.Б., Психология политического восприятия. М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2012. С. 32.
11. Alcock N. Z., Newcombe A. G. The Perception of National Power // The Journal of Conflict Resolution. 1970. Vol. 14. N 3. P. 335–343.
12. Austerity fanning populism// Financial Times. World. URL: <http://www.ft.com/intl/cms/s/0/08ba78f8-a805-11e5-955c-1e1d6de94879.html#axzz3xtGv3wwN>
13. Buzan B., People, States and Fear: an Agenda for International Security Studies in the Post-Cold War Era. Bolder: Lynne Rienner Publishers, Inc., 1991.
14. Caplan, Bryan. Rational Ignorance versus Rational Irrationality// Kyklos. – 2001. – Vol. 54, No. 1. – P. 3-26.
15. Feldman, Stanley, Conover, Pamela J. Candidates, Issues and Voters. The Role of Inference in Political Perception// Journal of Politics. – 1983. – P. 810-839.
16. Granberg, D. Political Perception// Explorations in Political Psychology/ ed. by Shanto Iyengar and William J. McGuire. – Durham: Duke University Press, 1995. – P. 70-112.
17. Granberg, Donald, Kasmer, Jeff, Nanneman, Tim. An Empirical Examination of Two Theories of Political Perception// Political Research Quarterly. – 1988. – Vol. 41, No. 1. – P. 29-46.
18. Herrmann R. Perception and Image theory in International Relations// L. Huddy, D.O. Sears and J.S. Levy. (eds.) The Oxford Handbook of Political Psychology. Second edition. Oxford, Oxford University Press, 2013, P. 234-264.
19. King, P. The Press, Candidate Images, and Voters Perceptions// Communication and Democracy: Exploring the Intellectual Frontiers in Agenda-Setting Theory/ ed. By Maxwell McCombs, Donald L. Shaw, and David Weaver. – Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc., 1997. – P. 31-32.
20. Leach J.N. Digital diplomacy: facing a future without borders// Independent. URL: <http://www.independent.co.uk/voices/comment/digital-diplomacy-facing-a-future-without-borders-8714293.html>
21. Lodge, Milton, Taber, Charles S. The Rationalizing Voter: Unconscious Thought in Political Information Processing// Social Science Electronic Publishing, 2007.

22. Noll J. van der, Dekker H. Attitudes towards the EU, the USA, Russia and Japan among Chinese urban citizens, and their Origins. Paper, prepared for presentation at the 8th General Conference of the European Consortium for Political Research (ECPR), 3-6 September 2014, University of Glasgow, Scotland. URL: <https://ecpr.eu/Filestore/PaperProposal/74a4d927-9e8a-45a0-b39e-08134cea1851.pdf>
23. 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.
24. Sniderman, P., Tetlock, P.E., & Carmines, E.G. (Eds.) *Prejudice, politics, and the American dilemma* (1993), Stanford: Stanford University Press.
25. Sullivan, John L., Oxendine, Alina, Borgida, Eugene, Riedel, Eric, Jackson, Melinda, Dial, Jessica. The Importance of Political Context for Understanding Civic Engagement: A Longitudinal Analysis // *Political Behavior*. – March 2007. – Vol. 29, Issue 1. – P. 31-67.
26. Селезнева А.В. Ценностные детерминанты образа России в сознании россиян // *Международные отношения*. – 2015. – 3. – С. 341 – 347. DOI: 10.7256/2305-560X.2015.3.14814.
27. Манойло А.В. Мирное разрешение международных конфликтов: национальные концепции, модели, технологии. // *Власть*. 2008. № 8. С. 79-83.
28. Мария Захарова. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.facebook.com/maria.zakharova.167> (дата обращения 01.12.2015). Блог:
29. Мария Захарова. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://echo.msk.ru/blog/mzakharova/> (дата обращения 01.12.2015).
30. Алексей Пушкив. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://twitter.com/alexey_pushkov (дата обращения 01.12.2015).
31. Константин Долгов. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://twitter.com/kkdolgov> (дата обращения 01.12.2015).
32. Дмитрий Рогозин. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://twitter.com/rogozin> (дата обращения 01.12.2015).
33. Константин Косачев. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://twitter.com/kosachevki> (дата обращения 01.12.2015).
34. Блог: Константин Косачев. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://echo.msk.ru/blog/kosachev/> (дата обращения 01.12.2015).
35. Константин Косачев. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.facebook.com/people/Константин-Косачев/100002123135703> (дата обращения 01.12.2015).
36. МИД России. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://twitter.com/mid_rf (дата обращения 01.12.2015).
37. МИД России. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.facebook.com/MIDRussia/> (дата обращения 01.12.2015).
38. RussianMissionEU. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://twitter.com/rusmission_eu (дата обращения 01.12.2015).
39. Rbc.ru. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rbc.ru/> (дата обращения 01.12.2015).
40. Rbc.ru. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://lifenews.ru/> (дата обращения 01.12.2015).
41. Vesti.ru. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.vesti.ru/> (дата обращения 01.12.2015).
42. Lenta.ru. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://lenta.ru/> (дата обращения 01.12.2015).
43. Gazeta.Ru. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gazeta.ru/> (дата обращения 01.12.2015).
44. Meduza.io. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://meduza.io/> (дата обращения 01.12.2015).
45. «Рейтинги СМИ и интернет-ресурсов России». Медиалогия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.mlg.ru/ratings/federal_media/3932/2015/11/ (дата обращения 01.12.2015).
46. Левада-центр. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.levada.ru/indikatory/otnoshenie-k-stranam/> (дата обращения 21.12.2015).

References (transliterated):

1. Kiselev I. Yu., Smirnova A. G. *Dinamika obraza gosudarstva v mezhdunarodnykh otnosheniyakh*. SPb.: SPbGU, 2006. S. 13.
2. Presnyakova L.A. *Struktura lichnostnogo vospriyatiya politicheskoi vlasti* / L.A.Presnyakova // *zhurnal «Polis» №4*. М., 2000. S. 135-140.
3. Putin: beda Evropy v tom, chto ona otdala chast' suvereniteta SShA // *Informatsionnoe telegrafnoe agentstvo Rossii (ITAR-TASS)*. URL: <http://tass.ru/politika/2543649>
4. Rech' na vstreche Rabochei gruppy proekta «Stroitel'stvo Bol'shoi Evropy». URL: http://russiancouncil.ru/inner/?id_4=6998#top-content
5. *Rossiia – Evropeiskii soyuz: vozmozhnosti partnerstva* / [I.M. Busygina (ruk.) i dr.]; [gl. red. I.S. Ivanov]; Rossiiskii sovets po mezhdunar. delam. – М.: Spetskniga, 2013. S. 9.
6. RF i Kitai dogovorilis' o «sostykovke» proektov EAES i «Shelkovyi put'» // *Informatsionnoe telegrafnoe agentstvo Rossii (ITAR-TASS)*. URL: <http://tass.ru/ekonomika/1956881>
7. Shestopal E.B., Putin 3.0.: obshchestvo i vlast' v noveishei istorii Rossii. М.: ARGAMAK-MEDIA, 2015. S. 54.
8. Shestopal E.B. *Obrazy rossiiskoi vlasti: Ot El'tsina do Putina*. М.: Rossiiskaya politicheskaya entsiklopediya (ROSSPEN), 2009. S. 76.
9. Shestopal E.B., *Obrazy vlasti v postsovetsoi Rossii*. М.: Alteiya, 2004. S. 45.
10. Shestopal E.B., *Psikhologiya politicheskogo vospriyatiya*. М.: Rossiiskaya politicheskaya entsiklopediya (ROSSPEN), 2012. S. 32.
11. Alcock N. Z., Newcombe A. G. *The Perception of National Power* // *The Journal of Conflict Resolution*. 1970. Vol. 14. N 3. P. 335-343.

12. Austerity fanning populism// Financial Times. World. URL: <http://www.ft.com/intl/cms/s/0/08ba78f8-a805-11e5-955c-1e1d6de94879.html#axzz3xtGv3wwN>
13. Buzan B., People, States and Fear: an Agenda for International Security Studies in the Post-Cold War Era. Bolder: Lynne Rienner Publishers, Inc., 1991.
14. Caplan, Bryan. Rational Ignorance versus Rational Irrationality// Kyklos. – 2001. – Vol. 54, No. 1. – P. 3-26.
15. Feldman, Stanley, Conover, Pamela J. Candidates, Issues and Voters. The Role of Inference in Political Perception// Journal of Politics. – 1983. – P. 810-839.
16. Granberg, D. Political Perception// Explorations in Political Psychology/ ed. by Shanto Iyengar and William J. McGuire. – Durham: Duke University Press, 1995. – P. 70-112.
17. Granberg, Donald, Kasmer, Jeff, Nanneman, Tim. An Empirical Examination of Two Theories of Political Perception// Political Research Quarterly. – 1988. – Vol. 41, No. 1. – P. 29-46.
18. Herrmann R. Perception and Image theory in International Relations// L. Huddy, D.O. Sears and J.S. Levy. (eds.) The Oxford Handbook of Political Psychology. Second edition. Oxford, Oxford University Press, 2013, P. 234-264.
19. King, P. The Press, Candidate Images, and Voters Perceptions// Communication and Democracy: Exploring the Intellectual Frontiers in Agenda-Setting Theory/ ed. By Maxwell McCombs, Donald L. Shaw, and David Weaver. – Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc., 1997. – P. 31-32.
20. Leach J.N. Digital diplomacy: facing a future without borders// Independent. URL: <http://www.independent.co.uk/voices/comment/digital-diplomacy-facing-a-future-without-borders-8714293.html>
21. Lodge, Milton, Taber, Charles S. The Rationalizing Voter: Unconscious Thought in Political Information Processing// Social Science Electronic Publishing, 2007.
22. Noll J. van der, Dekker H. Attitudes towards the EU, the USA, Russia and Japan among Chinese urban citizens, and their Origins. Paper, prepared for presentation at the 8th General Conference of the European Consortium for Political Research (ECPR), 3-6 September 2014, University of Glasgow, Scotland. URL: <https://ecpr.eu/Filestore/PaperProposal/74a4d927-9e8a-45a0-b39e-08134cea1851.pdf>
23. 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.
24. Sniderman, P., Tetlock, P.E., & Carmines, E.G. (Eds.) Prejudice, politics, and the American dilemma (1993), Stanford: Stanford University Press.
25. Sullivan, John L., Oxendine, Alina, Borgida, Eugene, Riedel, Eric, Jackson, Melinda, Dial, Jessica. The Importance of Political Context for Understanding Civic Engagement: A Longitudinal Analysis// Political Behavior. – March 2007. – Vol. 29, Issue 1. – P. 31-67.
26. Selezneva A.V. Tsennostnye determinanty obraza Rossii v soznanii rossiyan // Mezhdunarodnye otnosheniya. – 2015. – 3. – С. 341 – 347. DOI: 10.7256/2305-560X.2015.3.14814.
27. Manoilo A.V. Mirnoe razreshenie mezhdunarodnykh konfliktov: natsional'nye kontseptsii, modeli, tekhnologii. // Vlast'. 2008. № 8. S. 79-83.
28. Mariya Zakharova. [Elektronnyi resurs]. – Rezhim dostupa: <https://www.facebook.com/maria.zakharova.167> (data obrashcheniya 01.12.2015). Blog:
29. Mariya Zakharova. [Elektronnyi resurs]. – Rezhim dostupa: <http://echo.msk.ru/blog/mzakharova/> (data obrashcheniya 01.12.2015).
30. Aleksei Pushkov. [Elektronnyi resurs]. – Rezhim dostupa: https://twitter.com/alexey_pushkov (data obrashcheniya 01.12.2015).
31. Konstantin Dolgov. [Elektronnyi resurs]. – Rezhim dostupa: <https://twitter.com/kkdolgov> (data obrashcheniya 01.12.2015).
32. Dmitrii Rogozin. [Elektronnyi resurs]. – Rezhim dostupa: <https://twitter.com/rogozin> (data obrashcheniya 01.12.2015).
33. Konstantin Kosachev. [Elektronnyi resurs]. – Rezhim dostupa: <https://twitter.com/kosachevki> (data obrashcheniya 01.12.2015).
34. Blog: Konstantin Kosachev. [Elektronnyi resurs]. – Rezhim dostupa: <http://echo.msk.ru/blog/kosachev/> (data obrashcheniya 01.12.2015).
35. Konstantin Kosachev. [Elektronnyi resurs]. – Rezhim dostupa: <https://www.facebook.com/people/Konstantin-Kosachev/100002123135703> (data obrashcheniya 01.12.2015).
36. MID Rossii. [Elektronnyi resurs]. – Rezhim dostupa: https://twitter.com/mid_rf (data obrashcheniya 01.12.2015).
37. MID Rossii. [Elektronnyi resurs]. – Rezhim dostupa: <https://www.facebook.com/MIDRussia/> (data obrashcheniya 01.12.2015).
38. RussianMissionEU. [Elektronnyi resurs]. – Rezhim dostupa: https://twitter.com/rusmission_eu (data obrashcheniya 01.12.2015).
39. Rbc.ru. [Elektronnyi resurs]. – Rezhim dostupa: <http://www.rbc.ru/> (data obrashcheniya 01.12.2015).
40. Rbc.ru. [Elektronnyi resurs]. – Rezhim dostupa: <http://lifenews.ru/> (data obrashcheniya 01.12.2015).
41. Vesti.ru. [Elektronnyi resurs]. – Rezhim dostupa: <http://www.vesti.ru/> (data obrashcheniya 01.12.2015).
42. Lenta.ru. [Elektronnyi resurs]. – Rezhim dostupa: <http://lenta.ru/> (data obrashcheniya 01.12.2015).
43. Gazeta.Ru. [Elektronnyi resurs]. – Rezhim dostupa: <http://www.gazeta.ru/> (data obrashcheniya 01.12.2015).
44. Meduza.io. [Elektronnyi resurs]. – Rezhim dostupa: <https://meduza.io/> (data obrashcheniya 01.12.2015).
45. «Reitingi SMI i internet-resursov Rossii». Medialogiya [Elektronnyi resurs]. – Rezhim dostupa: http://www.mlg.ru/ratings/federal_media/3932/2015/11/ (data obrashcheniya 01.12.2015).
46. Levada-tsentr. [Elektronnyi resurs]. – Rezhim dostupa: <http://www.levada.ru/indikatory/otnoshenie-k-stranam/> (data obrashcheniya 21.12.2015).