

§8 ИНФОРМАЦИОННО- ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ВОЙНА

Ведерникова М.И.

ОБЪЕКТИВНЫЕ И СУБЪЕКТИВНЫЕ ФАКТОРЫ ВОСПРИЯТИЯ ИМИДЖА РОССИИ В ЕВРОПЕ

Аннотация. В статье анализируются международные условия, влияющие на имидж России, раскрыты психологические механизмы его восприятия в ЕС. Существенное внимание уделено анализу объективных и субъективных факторов конструктивного и негативного восприятия России и её лидера. Исследуются статусные конфликты, в том числе методы и приёмы целенаправленного искажения имиджа России в Европе. Кроме того, рассматриваются примеры исследования имиджа России европейскими учёными. Особое значение автор придаёт вопросу влияния имиджа политического лидера на восприятие образа государства. Методологической основой данного исследования выступают методы анализа, синтеза, индукции, дедукции и наблюдения. Кроме того, используется междисциплинарный подход. Новизна данного научного исследования заключается в подробном рассмотрении влияния психологических механизмов на восприятие имиджа государства в современной международной обстановке и условиях глобализации. Автор приходит к выводу, что негативный имидж может быть результатом не только объективных причин, но и субъективных факторов.

Ключевые слова: имидж страны, восприятие имиджа, статусные конфликты, образ, факторы восприятия, европейские страны, восприятие России, стереотипы, ЕС, имидж политического лидера.

Abstract. The article analyzes international conditions that influence the image of Russia, and sheds light on the psychological mechanisms of its perception in the EU. Attention is focused on the analysis of objective and subjective factors of constructive and negative perception of Russia and its leader. The author examines status conflicts, as well as the methods and tools for purposeful misrepresentation of Russia's image in

Europe. Aside this, the author provides examples of studies of Russia's image by European scientists. The author focuses attention on the influence of the image of a political leader in the formation of the image of a state. The methodological basis of this study includes analysis, synthesis, induction, deduction, observation. Aside from that, the author employs the interdisciplinary approach. The novelty of this work is based on a detailed examination of the influence of psychological mechanisms on the perception of the image of a state on the background of globalization. The author reaches the conclusion that a negative image may be the result of not only objective factors, but subjective factors, as well.

Key words: state image, image perception, status conflict, image, perception factors, European countries, perception of Russia, stereotypes, EU, political leader's image.

Сложившаяся международная структура отношений России со странами Запада свидетельствует о необходимости использования достижений современной науки в области имиджологии, брендинга и политической психологии для нейтрализации отрицательного отношения к нашей стране. Одновременно с этим необходима разработка теоретической базы обоснования конструктивного образа России в странах ЕС.

Имидж страны и её руководителей является динамичной конструкцией, хоть и имеет в своей основе трудноизменяемые установки. Именно поэтому, несмотря на множество работ по теме имиджа России в мире, и, в частности, в ЕС, необходимо постоянно изучать информацию и анализировать произошедшие изменения. Формирование образа страны и политического лидера – это определённая технология, и, как и любая технология, она имеет в своей основе социально-психологические свойства, законы, тенденции. Определённый образ транслируется с помощью СМИ и Интернет, и именно глобальная сеть позволяет получить ответную реакцию населения.

Международная политическая обстановка последних лет привела к резкому противостоянию между Россией и большинством стран ЕС в тех областях, которые составляют объективную основу имиджа страны. Нарастание претензий со стороны европейских государств и США достигло своего апогея после воссоединения Крыма с Россией, а также в связи с событиями в Донбассе. Политическое противостояние привело к санкциям и ограничениям в торговле, в экономических, финансовых и производственных связях. Сложившиеся обстоятельства актуализируют проблемы восстановления имиджа России в ЕС и требуют научного обоснования оптимальных путей их решения.

Для формирования негативного имиджа руководства России, в особенности В.В. Путина,

используется методы социально-психологического воздействия на общественное сознание в том числе: «канализация настроения» (недовольство народа целенаправленно переводится на некий объект, событие или личность) и «дискредитация лидера» [9, с. 431-434] (демонстрируется несостоятельность лидера в решении конкретных задач и отстаивании интересов различных групп).

После выступления В.В. Путина на форуме Давосе в 2007 году, где он выдвинул идею многополюсного мира, в западных СМИ вновь получили распространение публикации типа «Nu-iz-mister-Putin», «Who-is-Mr.-Putin», впервые прозвучавшие в 2000 году. А после ответных военных действий России в связи с нападением Грузии на Южную Осетию ожесточённая критика в адрес России и В.В. Путина усилились во сто крат. Причём, критика была направлена не на президента Д.А. Медведева, принимавшего решение о начале военных действий по принуждению Грузии к миру, а именно на В.В. Путина, который в то время был руководителем правительства.

Канализация настроения жителей стран ЕС была направлена на переориентацию восприятия России и её руководства с демократического режима на авторитарный. С 2007 года и по настоящее время России и В.В. Путину предписывается роль непредсказуемых авторитарных противников западных ценностей, которых надо поставить на место путём различного рода санкций.

Чтобы нейтрализовать информационные атаки западных правительств и СМИ, руководством России развёрнута активная дипломатическая деятельность по всем направлениям, создан ряд международных организаций с участием России, успешно функционирует телевизионный канал Russia Today. Однако этого недостаточно. Перед наукой стоит задача выработки

основных параметров конструктивного образа России, и его адаптация к информационному пространству. Следующим шагом могла бы стать выработка методов внедрения конструктивного образа России и её руководства в индивидуальное и общественное сознание населения стран Запада.

Для этого, на наш взгляд, необходимо исследовать комплекс взаимосвязанных проблем, в том числе:

- имидж России и её лидера в целом;
- стереотипизация негативных элементов имиджа и формирование конструктивных стереотипов;
- когнитивная и эмпирическая категоризация при восприятии имиджа;
- использование механизмов идентификации и атрибуции при формировании имиджа России.

Исследование представленного выше комплекса взаимосвязанных проблем обусловлено не только теоретическим интересом, но и современной политической практикой. В настоящее время теоретики и руководители различных структур ЕС, Европарламент критикуют руководство России за методы принятия государственных решений и управления без длительного обсуждения и дискуссий в различных инстанциях, без привлечения широкой общественности. Они называют их авторитарными и присвоили им термин «стиль Путина».

Особое опасение в правящих кругах ЕС вызывает то, что имидж нашей страны среди жителей европейских стран не только не снижается, но и растёт, а «стиль Путина» пользуется пониманием в руководстве ряда европейских стран. Так на заседаниях Еврокомиссии в адрес руководителей Польши, Венгрии, Чехии и других европейских стран нередко звучат обвинения в путинизации методов государственного управления. В связи с этим Польша, стремясь сохранить свой статус принципиального оппонента России, даже потребовала создания специальной комиссии для анализа ситуации и снятия обвинений в адрес руководства страны.

Статусные конфликты всегда являлись довольно серьёзной проблемой для России. Т. Форсберг в статье «Статусные конфликты между Россией и Западом: восприятие и эмоциональные предубеждения» рассматривает конфликты такого вида между Россией и Западом и ставит вопрос о том, почему они существуют, несмотря на попытки их избежать [20, Р. 323–331].

Автор отмечает, что стремление к статусу может рассматриваться как типичное для России и её внешней политики в течение длительного времени. В этом отношении она ничем не отличается от других стран по следующим причинам:

1. государства с высоким статусом сложно игнорировать в международных переговорах;
2. интересы государства с высоким статусом рассматриваются как более легитимные;
3. высокий статус является основой для использования государством «мягкой силы» как во внешней, так и во внутренней политике;
4. с помощью высокого статуса государство поддерживает высокую самооценку и уровень самоуважения;
5. высокий международный статус государства является важным аспектом идентичности граждан.

На формирование и восприятие имиджа России в ЕС влияют как объективные факторы, так и субъективные (стереотипы, механизмы восприятия, такие, как атрибуция и категоризация и др.). К объективным факторам, на которые мы уже обращали внимание, относится, в частности, уровень развития российской экономики, её политических, властных и социальных институтов. Заметна предвзятость европейских СМИ в выборе и освещении событий, происходящих в России. К примеру, «немецкие средства массовой информации пользуются каждым информационным поводом, который связан с подтверждением негативных тенденций и/или наличием негатива в российской экономической действительности» [3].

Формирование конструктивного образа страны и её лидера требует глубокого переосмысления современного механизма социального восприятия, поскольку он выступает как чувственная форма отражения действительности в виде целостных образов. Разрушить этот образ или «социальную перцепцию», согласно Джону Брунеру [6], в одночасье нельзя, т.к. политическое восприятие имеет свои специфические особенности [13]:

- направлено не столько на отражение объективной действительности, сколько на смысловые и оценочные интерпретации политической власти и лидеров (правящая хунта Чили; республиканская партия США и др.);
- характеризуется большей слитностью когнитивных и эмоциональных компонентов перцепции (авторитарные методы правле-

ния в Саудовской Аравии; Семибанкирщина в России);

- является опосредованным (в основном через СМИ);
- восприятие происходит на уровне массового сознания под влиянием ценностей, стереотипов, установок (Россия – матрёшка; Франция – Эйфелева башня).

При построении образа страны и политического лидера и их восприятию важную роль играет механизм стереотипизации. Это происходит потому, что сложившийся образ – это уже определённый вид стереотипа. К такому выводу пришли ещё советские учёные [1]. Например, О. А. Феофанов писал о том, что имидж стандартизуется, превращается в стереотип [14, с.89-100]».

Механизм стереотипизации требует пристального внимания в связи с тем, что стереотипы постоянно навязываются через СМИ и Интернет. Его изучали многие исследователи в области политологии, социологии и психологии, в том числе автор понятия стереотипа У. Липпманн [23], а так же А. Бергсон [5], М. Вебер [7, с. 602-643] и Э. Дюркгейм [8, с. 242], М. Мид [10], Ж. Пиаже [12], С. Московичи [11], К. Юнг [15] и другие. В советской науке существенных результатов в изучении стереотипов достиг М. М. Бахтин [2]. Новые информационные возможности создают видимость прямого непосредственного общения с политиком высокого ранга, образ как бы заменяет живого человека и воспринимается именно образ.

Для стереотипа характерно деление на знакомое и незнакомое, что своеобразно эволюционирует в дихотомическое разделение «свой-чужой». У. Липпманн отмечал тот факт, что стереотипы тесно связаны с культурной и исторической традицией местности, где действует стереотип. Что касается контекста России, то в ней сильно выражена персонификация власти, которая оказывает огромное влияние на восприятие образов. Эти образы опираются на культурно-деятельностный подход, разработанный А. Н. Леонтьевым в работе «Образ мира». Стереотипизация начинается с того момента, когда мы рассматриваем индивида как представителя группы, затем мы сравниваем его образ с типичным представителем данной страны. Затем следует оценочная стадия. Однако всегда нужно иметь в виду, что стереотипы не всегда соответствуют реальному положению дел и являются, своего рода, упрощением картины мира. В ЕС, используя стереотипы, В.В. Путина изображают

в облике Сталина, на фоне устрашающей военной армады, а Россию в образе медведя и т.д.

Стереотипизация нередко выступает в качестве способа подгонки индивида или страны к существующему клише. Он чаще всего востребован в пропаганде и художественной литературе. Для политического анализа более важен, на наш взгляд, категориальный подход. В нём представлены две группы факторов. Первая группа выделена по социальному или психологическому фактору, к которому относится представление о социальном статусе. Второй фактор – физиологический – определяется по физическими параметрам человека, в том числе по полу и возрасту.

Категоризация, как упорядочение политических стереотипов, целесообразно, на наш взгляд, исследовать по двум направлениям. Когнитивное направление (Д. Гамильтон [21, P.133]) обращает внимание на вопросы восприятия, хранения информации с помощью когнитивных структур. Второе направление разработало программу (Г. Тэшфэл), которая «предоставила эмпирические документы, подтверждающие фундаментальное влияние процесса категоризации на социальное восприятие и поведение [4, С.40]».

Под мотивационной оболочкой механизма категоризации скрывается стремление выглядеть позитивно. Индивид, страна подчеркивает хорошие черты своей группы и плохие черты не своей. На этом строится антироссийская пропаганда, приписывающая россиянам и руководителям страны такие качества как непредсказуемость поступков и действий, несоблюдение норм, привычных для западного обывателя. В действительности же, как показали события в связи с переселением в Европу большого числа беженцев, именно Россия являет собой пример сотрудничества различных этносов и конфессий, в то время как страны ЕС захлестнула волна грабежей и насилий на этнической и конфессиональной почве.

Наряду со стереотипизацией и категоризацией при формировании конструктивного образа России важен феномен самоидентификации и идентификации. Немецкий социолог Н. Элиас [17] говорит о том, что идентичность складывается совместно с конструированием отношений по поводу власти. Кризис идентичности проявляется в противопоставлении «мы-они», идентичность формируется за счет образа «другого», образа врага. Граждане страны идентифицируют себя как народ – «мы», а представителей властных и правительственных

структур – как чужих, в данной теории здесь власть выступает как «они». Недопонимание и негативное отношение может возникать только из-за идентификации себя по разные стороны властных отношений. На этом строится, к примеру, деятельность спецслужб Великобритании и ряда других европейских стран, финансирующих НПО в России и других странах мира.

При формировании негативного облика России политтехнологами используется атрибуция – приписывание ей негативных качеств и свойств. Каналы массовой коммуникации размещают нужную информацию, ненавязчиво сопровождая её различными стереотипами. Они обеспечивали канализацию настроения во время цветных революций и кровавых событий арабской весны Францией, Англией и другими европейскими странами, входящими в НАТО. Атрибуция как механизм восприятия получила наиболее полное воплощение и обоснование в теории каузальной атрибуции, разработанной Г. Келли [22] и рядом других учёных.

Одним из интересных атрибутивных принципов является фундаментальная ошибка атрибуции. Речь идет о том, что индивид собственные неудачи объясняет факторами обстоятельств (ситуационно), а собственные успехи – как личная заслуга индивида (диспозиционно). Наоборот, неудачи других людей объясняются их собственными просчетами, а успехи сложившимися условиями и совокупностью обстоятельств. Как пример, некоторые представители русского народа успехи В.В. Путина считают результатом удачно сложившихся обстоятельств, а ухудшение экономической ситуации в стране, ставшее результатом мирового финансового кризиса (во всяком случае, это может быть одной из главных причин), виной деятельности президента.

Стоит отметить, что Россия, её имидж и его восприятие интересуют не только отечественных, но и зарубежных исследователей. Несмотря на то, что проблема образа России в ЕС достаточно изучена, она никогда не потеряет своей актуальности уже хотя бы потому, что имидж является довольно динамичной конструкцией и требует постоянного мониторинга. От его состояния зависит, насколько эффективным инструментом «мягкой силы» он может выступать в международных отношениях.

В ежедневно обновляемой базе данных Scopus были выбраны и проанализированы наиболее значимые исследования последних лет, касающиеся восприятия образа России.

К примеру, Ученый из Великобритании, И. МакАллистер, в соавторстве с американским коллегой С. Уайтом, в статье «Общественное восприятие справедливости выборов в России» [24] критикует Конституцию РФ, отмечая, что она была принята в спорных обстоятельствах, сдержит довольно общие положения о выборах и постоянно дополняется новыми законами, которые становятся все длиннее. Но, при этом, исследователи признают высокую явку на выборы.

В. Феклюнина из университета Глазго в своей статье «Битва за восприятие: проектирование России на Западе» [18] приводит анализ имиджа России, который руководство страны пытается создавать в западных странах и отмечает угрозы, с которыми сталкивается при этом. К ним относится нео-имперский характер политики России, который начал появляться ещё во времена первого президентства В.В. Путина.

Кроме того, внимание обращается на такую важную проблему, как попытка улучшить имидж, не проводя изменений в стране, которые были бы позитивно восприняты западными политиками и населением западных стран. Имиджу, который пытались сформулировать российские элиты, навредила и ситуация с перебоями поставок газа на Украину в начале 2006 года. Этому вопросу даже посвящена отдельная статья «Международный имидж России и её энергетической политики. Ненадежный поставщик?» [19], в которой этот же автор рассматривает сложившуюся противоречивую ситуацию: с одной стороны, Россия в нулевые годы вкладывала значительные средства в улучшение своего имиджа как энергетической державы, а с другой стороны, конфликты, которые возникали в связи с перебоями поставок газа через Украину, привели к резкому ухудшению этого имиджа.

Шведские ученые Эмиль Перссон и Бо Петерссон в интереснейшей статье «Политическое мифотворчество и Зимняя Олимпиада 2014 года в Сочи: Олимпизм и Российский великодержавный миф» [25] рассматривают вопросы, связанные с тем, как перекликаются ценности российского мифотворчества и самого олимпийского движения, с какими рисками и угрозами для имиджа России это связано.

На ту же тему пишет и А. Алексеева из Оксфордского университета в статье «Сочи 2014 и риторика новой России: конструирование имиджа посредством мега-событий» [16], только акцент делается на сравнении отношения

к Зимней Олимпиаде в Сочи внутри России и за её пределами, рассматриваются возможности и опасности использования властью дискурса данных игр для обеспечения своей поддержки среди населения.

В проведенном исследовании нами были выбраны работы, как касающиеся глубинных основ восприятия России в Европе, так и статьи, в которых рассматривается имидж России в контексте актуальных политических событий. Проведённый анализ показывает, что громкие скандалы (к примеру, перебои поставок газа на Украину) и события мирового масштаба (Олимпиада в Сочи в 2014 году) привлекают внимание к России не только в прессе, но и среди ученых и вызывают у них интерес и желание исследовать проблемы восприятия России в европейских странах.

Таким образом, события последних лет свидетельствуют о необходимости создания теоретической базы для формирования конструктивного имиджа России. Стремление западных

стран навязать свои ценности и стереотипы встречает приводит к намеренному искажению имиджа России в политической и научной среде и выливается в «чёрный пиар» западных СМИ. В основе теоретического конструкта находится задача выявления ключевых проблем противостояния для выработки конструктивной концепции имиджа России и создания собственной модели её анализа. Необходимость реализации этой модели в деятельности различных органов и структур России требует разработки и внедрения соответствующих механизмов.

Кроме того, для более тонкого распространения конструктивного имиджа России его необходимо дополнить психологической моделью, учитывающей особенности образа мышления жителей стран ЕС. Создание облагороженного образа России не только повысит её значимость в международных отношениях, но и будет способствовать росту политической культуры населения нашей страны.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. Ачугба Т. А. Этническая история абхазов XIX–XX вв. Этнополитические и миграционные аспекты. Сухум. 2010. С. 95–103.
2. Бгажба О. Х., Лакоба С. З. История Абхазии. Сухум. 2007. С. 122–145.
3. Грузины и абхазы. Путь к примирению // Под ред.: Анчабадзе Ю., Нодия Г. – М.: Весь мир, 1998. С. 72.
4. Казенин К. И. Грузино-абхазский конфликт: 1917–1992. Сборник. М.: «Европа», 2013. С. 15–20.
5. Левин И. Д. Суверенитет. СПб., 2003. С. 63.
6. Маркедонов С. М. Де-факто образования постсоветского пространства: двадцать лет государственного строительства. Ереван: Институт Кавказа, 2012.
7. Международные отношения и мировая политика: учебно-методический комплекс / под ред. П. А. Цыганкова. – М., Политическая энциклопедия, 2014. – 649 с.
8. Тужба Э. Н. Абхазия в глобализирующем мире: социологический анализ. М.: «Этносоциум», 2011. С. 69.
9. Хинтба И. Р. Статья: «...Абхазия – это Абхазия, а не какая-то другая страна», Алсныпресс. 2010.
10. Чугба Т. А. К обоснованию государственной независимости Абхазии. – Сухум, 2002. 51 с.
11. Шамба Т. М., Непрошин А. Ю. Абхазия: Правовые основы государственности и суверенитета. – М.: ООО «Ин-Октавио», 2005. С. 167.
12. Coppieters B. The EU and Georgia: Time Perspectives in Conflict Resolution / the EU Institute for Security Studies, Occasional Paper, December. 2007.

REFERENCES

1. Achugba T. A. Etnicheskaya istoriya abkhazov XIX–XX vv. Etnopoliticheskie i migratsionnye aspekty. Sukhum. 2010. S. 95–103.
2. Bgzhba O. Kh., Lakoba S. Z. Istoriya Abkhazii. Sukhum. 2007. S. 122–145.
3. Gruziny i abkhazy. Put' k primireniyu // Pod red.: Anchabadze Yu., Nodiya G. – M.: Ves' mir, 1998. S. 72.

ИНФОРМАЦИОННО-ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ВОЙНА

4. Kazenin K. I. Gruzino-abkhazskii konflikt: 1917–1992. Sbornik. M.: «Evropa», 2013. S. 15–20.
5. Levin I. D. Suvernitet. SPb., 2003. S. 63.
6. Markedonov S. M. De-fakto obrazovaniya postsovetskogo prostranstva: dvadtsat' let gosudarstvennogo stroitel'stva. Erevan: Institut Kavkaza, 2012.
7. Mezhdunarodnye otnosheniya i mirovaya politika: uchebno-metodicheskii kompleks / pod red. P. A. Tsygankova. – M., Politicheskaya entsiklopediya, 2014. – 649 s.
8. Tuzhba E. N. Abkhaziya v globaliziruyushchem mire: sotsiologicheskii analiz. M.: «Etnosotsium», 2011. S. 69.
9. Khintba I. R. Stat'ya: «...Abkhaziya-eto Abkhaziya, a ne kakaya-to drugaya strana», Apsnypress. 2010.
10. Chugba T. A. K obosnovaniyu gosudarstvennoi nezavisimosti Abkhazii. – Sukhum, 2002. 51 s.
11. Shamba T. M., Neproshin A. Yu. Abkhaziya: Pravovye osnovy gosudarstvennosti i suvereniteta. – M.: ООО «In-Oktavio», 2005. S. 167.
12. Coppieters B. The EU and Georgia: Time Perspectives in Conflict Resolution / the EU Institute for Security Studies, Occasional Paper, December. 2007.