

UDC: 316.653(478):94(470)

STUDYING THE IMAGE OF RUSSIA IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA

ИССЛЕДОВАНИЕ ОБРАЗА РОССИИ В РЕСПУБЛИКЕ МОЛДОВА

CAUNOVA Natalia, PhD

The Institute of Cultural Heritage, Chisinau

IVANOVA Nina, PhD

The Institute of Cultural Heritage, Chisinau

КАУНОВА Наталья, доктор психологических наук

Институт Культурного Наследия, Кишинев

ИВАНОВА Нина, доктор исторических наук

Институт Культурного Наследия, Кишинев

Annotation: *The article represents empirical research of Russia's image in the Republic of Moldova. The following parameters of Russia's image are revealed and described: cultural, special-territorial, social, political-institutional.*

Аннотация: *Представлено эмпирическое исследование образа России в Республике Молдова. Выделены и описаны параметры образа России: культурный, пространственно-территориальный, социальный, политико-институциональный.*

Keywords: *image, Russia, parameters and contents of Russia's image.*

Ключевые слова: *образ, имидж, Россия, параметры и содержание образа России.*

Введение

В настоящей публикации мы хотели бы представить некоторые результаты исследования восприятия образа России в нашей стране. Данное исследование проходило в рамках международного проекта «Perception of Russia across Eurasia: Memory, Identity, Conflicts» (ERA.Net RUS Plus, 2016-2017). Помимо Республики Молдова образ России изучался в странах Балтии, Польше, Франции, Казахстане, Киргизии, Финляндии; критерий участия – принадлежность к постсоветским, постсоциалистическим или странам Западной Европы. Выборка респондентов состояла из двух групп: экспертное сообщество и рядовые граждане (56 человек). Основным методом исследования – полуструктурированное интервью.

В настоящее время образ государств становится неотъемлемой частью исследований в различных научных областях: политологии, социологии, культурологии, социальной и политической психологии, международных отношений и др. Несмотря на то, что всплеск интереса к данной тематике ведет к постоянному расширению объема новых данных, вокруг методологических подходов и определений, а также содержания основных категорий до сих пор не достигнут консенсус.

Процессы, происходящие в современном мире, в частности, масштабная миграция, глобализация, терроризм, «цветные революции» вновь актуализировали научный интерес к большим социальным группам, которые имеют новый характер взаимоотношений по сравнению с другими историческими периодами. Так, например, остро стоит проблема взаимовосприятия и взаимодействия между странами на арене международной политики.

Это порождает новый запрос на изучение проблемы отношений в концептуальной паре «Я/Другой», «Мы/Они». Нельзя недооценить роль «Другого» в построении коллективной идентичности, поскольку «Другой» может выступать «зеркалом для Мы», придавать уникальность нашей идентичности и выступать в качестве функции для поддержания социальных границ.

Материалы и методы исследования

В научной литературе нередко можно встретить на первый взгляд три рядоположенных понятия – образ, имидж, бренд. Понятие имидж зачастую используется в западных исследованиях. Российскими учеными используются оба термина – имидж и образ, хотя общего понимания данных терминов так и не выработано. Понятие бренд чаще представлено в маркетинговых и экономических исследованиях.

По мнению российского психолога Леонтьева Д.А., имидж – это «впечатление, которое конструируется целенаправленно и сознательно», а образ – «то, которое формируется спонтанно. Образ можно конструировать специально, и тогда он становится имиджем... Образ есть всегда, образ всегда можно диагностировать и описать – точно и разносторонне... Имидж – это навивание совершенно конкретных ассоциаций и намеков» [6]. Иными словами, образ – это реальное, а имидж – конструируемое.

Российский исследователь Смирнова А.Г., изучая образы государств во внешней политике, приходит к следующим выводам: «образ – результат процесса социального познания» [11, с.16]; «в результате процесса познания формируется образ собственного или другого государства, при этом созданный образ в ряде случаев оказывается более важным для построения отношений, нежели объективные характеристики государств» [11, с. 78]. В другой работе Смирнова А.Г. и Киселев И.Ю. [3] отмечают, что образ государства соответствует единству трех компонентов: идентификация политического лидера нации общим ценностям, осознания статуса своей страны, а также понимание роли, которую играет страна на международной арене.

Социальный психолог Андреева Г.М. отмечала, что «значимость образов объясняется тем, что, будучи созданными, они начинают функционировать далее во всей системе взаимоотношений людей. Иногда образы другого человека, группы, какого-либо социального явления более значимы в этих отношениях, чем сами объекты» [1, с. 46].

В политической психологии, в частности, в коллективной монографии под редакцией Шестопал Е.Б., политический образ (в том числе страны) определяется как «с одной стороны, отражение реальных характеристик объекта восприятия, а с другой стороны, проекцию ожиданий субъекта восприятия, т.е. граждан. В образе политической власти отражаются знания, представления, мнения, оценки, ожидания, эмоции, требования массового сознания к власти» [9, с. 12].

Исследование образа страны в научной литературе разделяется на внешний образ и внутренний. При этом методология и категории их анализа практически совпадают, но имеют различное наполнение и удельный вес. Эти образы представлены в работах ряда исследователей, которые будут рассмотрены ниже. В нашем исследовании мы опирались на категории описания страны, выделенные Семененко И.С. и др.:

1. Культурная.
2. Этнокультурная.
3. Религиозная
4. Культура повседневности.

5. Социальная.
6. Политико-институциональная [10].

В результате исследователи пришли к выводу, что формирование образа России на Западе является динамичным и противоречивым процессом, который разворачивается под влиянием комплекса природно-географических, историко-политических, институциональных, геополитических, этнонациональных и культурных факторов. При этом «относительная роль данных факторов периодически меняется, что ведет к выдвиганию на передний план то одних, то других граней образа России» [10, с. 123].

Результаты и обсуждения

Представления о России могут рассматриваться как постоянно конструируемые в повседневной коммуникации и практике, в которой решающее значение имеют обыденные интерпретации информантов. Как отмечает Зинченко Ю.П., совокупное представление о стране (России) «создается различными субъектами взаимодействий разного уровня коммуникаций по поводу России как объекта содержания коммуникаций: гражданами, представителями власти, субъектами духовного творчества, журналистами, представителями различных сообществ» [2, с. 6]. Автор выделяет следующие типы коммуникации, через которые создается та или иная структура образа России в картине мира определенных социальных групп: межличностная, родовая, культурная, политическая, духовная, международная, медийная [2, с. 8].

Результаты масштабного международного проекта «Видение Европы в современном мире» (EuroBroadMap) показали, что в большинстве стран, где проводился опрос, Россия оказалась в числе наиболее известных государств. Однако по привлекательности ее ставят в самый конец списка; ниже только страны, охваченные вооруженными конфликтами или центры мусульманского фундаментализма (Ирак, Афганистан, Иран). В рейтинге французских студентов Россия входит в одну группу стран вместе с Ираком, Китаем, Афганистаном, Ираном, Израилем, Алжиром и Северной Кореей, где студенты не хотели бы жить. По мнению румынских студентов, Россия даже возглавляет перечень стран, где студенты не хотели бы жить. Так же отрицательно воспринимают РФ студенты из африканских стран. В Тунисе и Молдове Россия оценивается как умеренно известная страна с небольшим отрицательным индексом асимметрии. В Турции и Китае примерно одинаковое число респондентов оценивает Россию положительно и отрицательно [4]. По мнению большинства опрошенных студентов, Россия – не Европа, Европа является для них, в первую очередь, культурной общностью [4, с. 183]. В результате автор приходит к выводу, что «в глобализирующемся мире СМИ наделяют страны и регионы мира маркерами, из которых складываются чрезвычайно устойчивые стереотипные образы. Геополитическое видение мира становится все более унифицированным: студенты из таких разных стран, как Франция, Китай или Сенегал, Россия или Турция дали сходные ответы на многие вопросы» [4, с. 183].

Одно из немногих исследований внешнего образа России во Франции принадлежит Лапиной Н.Ю. Автор применила для анализа следующие темы, возникающие при описании образа России: географическое и природное пространство, культурный контекст, историческая традиция, политический режим и политика, особенности русского характера [5, с. 107]. Результаты свидетельствовали о противоречивости сложившихся во Франции образов России: «Благодаря классической литературе, музыке, балету Россия обладает уникальным культурным капиталом, позволяющим ей сохранить статус великой европейской державы. Но при этом ... новые веяния и течения культуры мало знакомы

современным французам» [5, с. 141]. В географическом плане, однако, сохраняется неопределенность – «средний француз воспринимает Россию либо как «оконечность» Европы, либо половинчато – как полуевропейскую – полуазиатскую страну. Россия видится французам «одновременно далекой и близкой» [5, с. 142]. В отличие от культурного фактора политический фактор обладает мощным дезинтегрирующим потенциалом: исходя из политических симпатий французов и их экономических интересов, выстраивается бинарная оппозиция «сторонник – противник» [5, с. 171]. Исследовательница подчеркивает, что «в коллективных и индивидуальных представлениях велика сила исторической памяти. Многие французы, те, кто в прошлом с симпатией относился к СССР, сохраняет свою привязанность к России и сегодня» [5, с. 183].

Теперь рассмотрим некоторые результаты нашего эмпирического исследования. Так, обнаружена неравномерная представленность параметров описания образа России. Наиболее содержательными оказались категории: географическое и природное пространство, культурный контекст, исторический аспект (темпоральный), политический режим и политика, особенности русского характера. При этом наиболее положительным в образе России оказался культурный аспект, противоречивым – политический аспект. Образ России в восприятии граждан Молдовы диффузен и неоднороден. Чаще всего образ России формируется под воздействием обыденных практик, личных интересов и семейно-родовой истории.

Теперь рассмотрим подробнее некоторые из параметров. **Культурная составляющая** более содержательно наполнена и является доминирующей в позитивном восприятии образа России. В наших вопросах акцент делался на литературу и художественные фильмы. Румыноязычные респонденты отметили классическую русскую литературу, и это сегмент был представлен достаточно скудно; категория фильмов, напротив, представлена здесь достаточно широко. Во всех трех возрастных категориях доминируют фильмы советского периода – мелодрамы, комедии, фильмы про войну («*Любовь и голуби*», «*17 мгновений весны*», «*Ирония судьбы или с легким паром*», «*Освобождение*», «*Кавказская пленница*» и др.). Среди современных российских фильмов представлены в основном сериалы, детективы и фильмы таких режиссеров как С. Михалков, Ф. Бондарчук и др. Таким образом, российские и советские художественные фильмы как культурные продукты являются известными и потребляемыми для большей части населения РМ.

Среди русскоязычных респондентов наблюдается стереотипное представление о том, что все лучшее у России – в прошлом по сравнению с настоящим временем и будущим (примеры: «*Россия дала миру больше, чем любая другая страна. Но, к сожалению, эти времена для России уже далеко*»; «*Насколько интересно писали в те времена, мне кажется, сейчас в России литература остановилась. Я не знаю современных писателей, кроме детективов*», «*Из русской предпочитаю классику, это более интересно*»; «*Сейчас читать нечего. Пелевин, Довлатов - это что-то, вот Эко – оторваться невозможно. Или вот Дэн Браун – вроде ничего особенного, но читает весь мир. А что читает мир из российского? Ничего не снято в мире по современному русскому роману*»).

Нами было выделено несколько уровней культурной составляющей (литература и кино) в представлениях русскоязычных респондентов:

Первый уровень - это представители русской культуры, которые вошли в фонд мировой (Достоевский, Толстой, Пушкин, реже - Тургенев, Чехов, Есенин), примеры: «*Пушкина люблю читать до сих пор. Обожаю стихи. Могу вечером сесть и почитать. Люблю Есенина*»; «*наверное, то, что мы в школе проходили. Я совсем недавно стала*

перечитывать – и совершенно по-другому. Анна Каренина – как будто совсем другое произведение».

Второй уровень – это культура русскоязычного пространства, в том числе вне пределов России - книги Акунина, Пелевина, классика советского кинематографа. Примеры: «Ирония судьбы – первое, что приходит. Каждый новый год, мне это передалось, мы садимся и смотрим, хотя уже все фразы заем наизусть. Можно смотреть до бесконечности. «Операция Б1», и все такого типа»; «...фильмы в период СССР. Детские фильмы, сказки»; «Семнадцать мгновений весны»; «Любовь и голуби», «Москва слезам не верит»; «Кин-дза-дза» и «Собачье сердце»).

Наименее представлен **третий уровень** - современной массовой культуры (сериалы, поп-исполнители и др.). Примеры: сериал «Суд небесный», «Остров» режиссера Лунгина, «Левиафан» Звягинцева, «под Новый год выходят какие-то Елки, они добрые, хорошие»; «Сибирский цирюльник» Михалкова; «все подряд, что по ТВ идет».

В ответах респондентов не была представлена ни русская народная культура, ни бытовая (только один респондент упомянул сказки). Основными источниками русской культуры, по мнению респондентов, являются Москва и Санкт-Петербург.

Культурная составляющая у русскоязычных респондентов была представлена более широко и содержательно по причине ряда факторов: образование, принадлежность к русскоязычному пространству, поддержание этнокультурной идентичности, доступность культуры.

Важно отметить, что при описании России респондентами, упоминались единичные элементы таких категорий, как религиозная и этнокультурная. Религиозная составляющая образа России как страны «близкой» православной традиции представлена слабо (не были упомянуты ключевые символы российского православия: иконы, купола, церкви, митрополиты и т.д.), хотя при разработке исследования это ожидалось по ряду причин. Во-первых, Молдова и Россия являются православными государствами. Во-вторых, в последние десятилетия в обеих странах наблюдаются всплеск и актуализация религиозной идентичности.

Пространственная/территориальная составляющая. Во всех группах респондентов был сделан упор на природную составляющую образа (леса, широта, размеры: «сумасшедшая березовая роща, мощнейший Енисей, ощущение простора», «там два берега, между ним мост – два троса металлические, в той стороны избы, и с этой избы, кругом лес и больше ничего», «Что-то громадное, большое. Мощное, богатство, просторы»). Ресурсная составляющая практически представлена не была (газ, нефть и т.д.). Исходя из полученных данных можно сказать, что в сознании респондентов присутствует следующий образ России: Москва и Санкт-Петербург как крупные города-столицы и глубинка. Респонденты дают более развернутые описания только столицам и малой родине (малые города и поселки). Так, абсолютно не упоминались отдельные регионы, которые имеют свою специфику (Урал, Татарстан, Чечня, Дальний Восток, Бурятия и т.д.) за исключением Сибири и отдельных городов России, в которых респонденты либо побывали сами, либо там находились их родственники. Всего было указано около 10 городов. Чаще всего Москва воспринимается не как «вся Россия», и респонденты отмечают разрыв между центром и периферией. Пример: «Удивляет, что есть несколько крупных городов, а остальное все – глубинка»; «Современная Россия, не Москва, осталась еще во времени императоров, даже до Союза не доросли»; «Есть Москва, и есть Россия за МКАДом, и там все печально»; «Москва – это в принципе Ватикан, государство в государстве»; «если не брать Москву и

Питер, глубинка не поменялась; «видно, что страна поднимается. Хотя говорят, что в глубинке у них хуже, чем у нас; «если не брать Москву и Питер, глубинка не поменялась».

Социальная составляющая – разрыв между фактическим положением вещей и ресурсными возможностями страны (*«Очень большая страна, сложно все держать под контролем. Добросовестных руководителей мало. Много ресурсов», «насколько богатая страна на протяжении такого времени не может построить нормальный социальный строй и зажить для людей», «организовать дело сложно, палки в колеса, глубинка нерасторопна». Природные ресурсы в целом фигурировали только относительно оценочного суждения о нерациональном их использовании («богатая страна, но бедно живет, у них есть все, но не используется»; «удивляет, что с такими ресурсами она не развивает свою экономику, не использует свои возможности и ленится»).*

Выводы

Россия как государство - **Политико-Институциональная составляющая** - зачастую включала в себя сравнение с Молдовой. В целом категория сводится к нескольким пунктам: чиновничий аппарат, проблема закона, внешняя политика (*«Россия как усеченный вариант СССР с имперскими амбициями, пытается быть, пытается за это цепляться», политика кнута и пряника, пытаются затянуть нас в сферу своих интересов, «Права человека и человеческое отношение встречаются редко», кремлевский инструмент политики – решение внутренних проблем за счет внешней политики. «С одной стороны, удивляет их позиция как государства – ополчившись против всей Европы, умудряются как-то выжить». («Если бы у людей появилась достоверная информация, это бы как-то повлияло на их представления, жизнь», «В Америке идет закон в первую очередь, а в России – люди, они сами делают свою страну»; «В Европе все очень четко, логично, следует одно за другим. За тебя умные люди подумали – просто так делай. В России так нет. Там все возможно, как бы, не знаю, как выразить. Возможно все, даже самый маленький человек может все изменить. Выкрутиться»).* Руководство России включает в себя как положительные, так и отрицательные характеристики (*«в России удивляет руководство, оно очень сильное и хорошее, не меняется, у нас гораздо слабее»; «в руководстве только интерес и ничего больше»; «богатая страна, но без правил, без закона, опасно там строить бизнес»).*

Таким образом, формирование образа России в Молдове является динамичным и противоречивым процессом. Россия остается неплохо знакомым пространством, включающим в себя как положительные, так и отрицательные характеристики. Россия воспринимается как пространство, в котором «много миров, которые не сшиты нитями между собой». В формировании образа России базовым фактором является личностный (личный опыт, семейная история). Таким образом, наше исследование показало, что ядро представлений о России не очерчено, и большая часть составляющих образ элементов находится на периферии.

Библиография

1. Андреева Г.М. Психология социального познания. М.: Аспект Пресс, 2000, с. 303.
2. Зинченко Ю.П. Психологические основы формирования образа современной России. В: Сб. докладов научной конференции «Образ России в стране и за рубежом: гуманитарное измерение». М.: МГУ, 2008. с. 6-16.
3. Киселев И.Ю., Смирнова А.Г. Динамика образа государства в международных отношениях. СПб: Изд-во Санкт - Петербургского Университета, 2006. 349 с.

4. Колосов В.А., Зотова М.В. Политическое видение мира российскими гражданами: почему Россия не Европа. В: Полис. Политические исследования, 2012, № 5. с. 170-186.
5. Лапина Н.Ю. Образ России во Франции в начале XXI века: взгляд социолога. В: Образ современной России во Франции: опыт междисциплинарного анализа: сб. ст. М.: ИНИОН РАН, 2012, с. 99-198.
6. Леонтьев Д.А. От образа к имиджу. Психосемантический брендинг. В: Реклама и жизнь, 2000, №1, с. 19-22.
7. Образы государств, наций и лидеров / Под ред. Е.Б. Шестопал. М: Аспект Пресс, 2008. 288 с.
8. Пищева Т. Н. Образ России в стране и в мире: научные исследования в современной политической психологии. В: От истоков к современности, 2015, с. 451–453.
9. Психология политического восприятия в современной России. / Под ред. Е.Б. Шестопал. М.: РОССПЭН, 2012. 423 с.
10. Семененко С.И., Лапкин В.В., Пантин В.И. Образ России на Западе: диалектика представлений в контексте мировой политики. В: Полис. Политические исследования. 2006, № 6, с. 110-124.
11. Смирнова А.Г. Образ государства во внешней политике и международных отношениях: опыт социологического исследования. СПб.: Изд-во Санкт - Петербургского Университета, 2011. 240 с.