

**«ОНИ» И «МЫ»  
ОБРАЗЫ РОССИИ И МИРА  
В СОЗНАНИИ РОССИЙСКИХ  
ГРАЖДАН**



# **«ОНИ» И «МЫ» ОБРАЗЫ РОССИИ И МИРА В СОЗНАНИИ РОССИЙСКИХ ГРАЖДАН**

**Коллективная монография**

Под редакцией Е.Б. Шестопал

*Авторский коллектив:*

Бикбулатов Э.А. (2.5, глава 15), Виноградова Н.С. (4.6), Зверев А.Л. (1.3, 17.3),  
Евгеньева Т.В. (3.4, 11.1, глава 15), Кецба В.И. (7.1, 7.2), Морозикова И.В.  
(глава 8), Новаковский Е.А. (1.2, глава 15), Палитай И.С. (2.2, 6.1, глава 13), Пасс П.С.  
(2.1, 4.4), Пищева Т.Н. (4.2, 7.1, 7.2), Савельева М.А. (2.4, 3.2, 4.3, глава 9, глава 10),  
Селезнева А.В. (2.6, 4.5, 5.1, 17.3), Смирнова А.Г. (1.4, 4.1, 17.3), Смутькина Н.В.  
(1.5, 2.3, 3.3, 5.3, 6.1, глава 8, глава 9, глава 14), Цымбал И.А. (1.1, 3.1, глава 9, 11.2,  
глава 14, глава 16), Шестопал Е.Б. (введение, 1.2, 5.2, 5.3, 6.2,  
глава 8, глава 10, глава 12, 17.1, 17.2, 17.3)



**РОССПЭН**

Москва

2021

УДК 32.659.4(470)  
ББК 66.3(2Рос)11  
О-58



*Исследование выполнено при финансовой поддержке  
Российского фонда фундаментальных исследований  
в рамках проекта № 18-011-01138А*

*«Образ страны в российском обществе: политико-психологический анализ»*

*Издание осуществлено при финансовой поддержке  
Российского фонда фундаментальных исследований  
по проекту № 21-111-00113, не подлежит продаже*

*Редколлегия:*

Шестопад Е.Б., Селезнева А.В., Смулькина Н.В.

**«ОНИ» и «МЫ». Образы России и мира в сознании российских граждан** : Коллективная монография / под ред. Е.Б. Шестопад. – М. : Политическая энциклопедия, 2021. – 423 с. – (Политология России).

ISBN 978-5-8243-2467-9

Книга базируется на результатах исследования восприятия российскими гражданами своей собственной и других стран. Объектом исследования стали политико-психологические особенности той «оптики», сквозь которую наше общество видит себя и других. Методология включала в себя опрос, глубинные интервью, проективный тест, картографический метод и семантический дифференциал.

Полученные результаты показали, что для россиян не свойствен территориальный экспансионизм, для них важнее признание другими странами российской культуры и системы ценностей.

Проведенное исследование было направлено на то, чтобы понять проблемы, которые возникли на историческом переломе конца 1980 – начала 1990-х гг. и были связаны с кризисом национально-государственной идентичности. Этот кризис породил в сознании граждан негативный образ своей собственной страны, по сути, своего рода комплекс «национальной неполноценности». Полученные нами данные показывают, что хотя к настоящему времени этот комплекс не преодолен до конца, но произошел необратимый поворот в массовом сознании граждан. подъем национального самосознания, возникший под влиянием воссоединения Крыма с Россией, который и определяет в настоящее время общественные настроения.

Анализ восприятия россиянами других стран позволил выделить механизмы их категоризации российскими гражданами. Так, их представления о других странах включают в себя «соседей» (постсоветские страны), «стратегических партнеров» (Индия и Китай), «забытых союзников» (Латинская Америка и Африка) «значимого другого» (отдельные страны Европы и менее значимый Евросоюз), образ «врага» (США) и «туристическую мекку» (Турция и Таиланд).

The results of this study show that territorial expansionism is not typical for Russian society. For Russians recognition of their culture and a system of values by others is more important.

The study was aimed to understand the problems that emerged on the historical turning point in the end of 1980-s – the beginning of 1990-s and was connected with a crisis of national identity. This crises caused a negative image of citizens' own country, in fact a kind of a "national inferiority complex". Our data show that though Russia did not overcome this complex completely, one can see the raise of national self-consciousness after reunification of Russia with Crimea. These feelings determine the social moods today.

The analysis of Russians' perception of other countries permitted to reveal the mechanisms of their categorization by Russian citizens. Thus their concepts of other countries include "the neighbors" (post-Soviet countries), "strategic partners" (India and China), "forgotten allies" (Latin America and Africa), "significant "other" (single countries of Europe) and less significant EU, the enemy image" (USA) and the "tourist Mecca" (Turkey and Thailand).

ISBN 978-5-8243-2467-9

© Коллектив авторов, 2021

© Политическая энциклопедия, 2021

---

---

## ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение .....	6
Часть I. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ	
Глава 1. Теоретические подходы к изучению образов своего и чужих государств .....	11
1.1. Географический подход .....	12
1.2. Идентификационный подход .....	15
1.3. Коммуникативный подход .....	22
1.4. Подход с позиций международных исследований и сравнительной политологии .....	26
1.5. Политико-психологический подход .....	36
Глава 2. Содержательные компоненты образа своей и других стран .....	43
2.1. Власть .....	43
2.2. Лидер .....	47
2.3. Народ .....	50
2.4. Территория .....	56
2.5. Миссия страны на международной арене .....	60
2.6. Историко-культурная компонента в образах стран .....	64
Глава 3. Психологические компоненты странового образа и механизмы восприятия стран .....	68
3.1. Рациональный и бессознательный уровни восприятия .....	68
3.2. Привлекательность, сила, активность образов стран .....	71
3.3. Визуальный и вербальный уровни восприятия .....	74
3.4. Категоризация, стереотипизация, атрибуция как механизмы восприятия. Сюжеты, символы, стереотипы в образах стран .....	81
Глава 4. Факторы формирования образа своей и других стран в сознании граждан .....	87
4.1. Объектный фактор. Новые геополитические реалии как фон восприятия стран .....	89
4.2. Субъектный фактор. Восприятие своей собственной и других стран сквозь призму состояния российского общества .....	104
4.2.1. Социально-демографические характеристики .....	104
4.2.2. Психологические факторы восприятия страны .....	109
4.3. Территориальный фактор в восприятии своей и чужих стран .....	112

4.4. Темпоральный фактор изменения политической оптики российских граждан .....	117
4.5. Исторический и политико-культурный факторы.....	124
4.6. Коммуникативный фактор. Влияние новых форм политической коммуникации на формирование образов стран.....	129
Глава 5. Концептуальная модель исследования .....	134
5.1. Цели, задачи, объект и предмет исследования.....	134
5.2. Основные гипотезы исследования .....	137
5.3. Методология и методы изучения образов стран .....	141
<b>Часть II. ПОЛУЧЕННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ и ИХ ОБСУЖДЕНИЕ</b>	
<i>Раздел 1. Образ России в России: «МЫ», какими мы себя видим .....</i>	<i>153</i>
Глава 6. Содержательные компоненты и психологические характеристики образа России у российских граждан .....	153
6.1. Смысловые акценты в образе России у российских граждан .....	153
6.1.1. Власть .....	153
6.1.2. Лидер.....	158
6.1.3. Народ .....	161
6.1.4. Территория .....	163
6.1.5. Миссия страны на мировой арене.....	168
6.2. Общие психологические параметры образа России .....	172
Глава 7. Ключевые социально-демографические особенности восприятия своей страны .....	177
7.1. Влияние возрастных особенностей на политико- психологический образ страны .....	178
7.2. Образование как фактор восприятия страны.....	198
Глава 8. Региональные особенности восприятия своей страны российскими гражданами.....	205
8.1. Характеристика исследования.....	205
8.2. Общие тренды восприятия страны в регионах России.....	206
8.3. Отличия в региональных образах своей страны .....	214
8.4. Case-study образов страны в регионах с разным федеративным статусом.....	217
<i>Раздел 2. Мир глазами россиян: «ОНИ», как мы их видим .....</i>	<i>225</i>
Глава 9. Карта мира по-русски.....	225
Глава 10. «Соседи»: постсоветские страны глазами российских граждан .....	244
10.1. Образ Беларуси.....	248
10.2. Образ Украины.....	251
10.3. Образ Казахстана .....	253

10.4. Образ Кыргызстана .....	255
10.5. Образ Таджикистана .....	257
10.6. Образ Азербайджана .....	259
10.7. Образ Грузии .....	261
10.8. Образ Армении .....	263
Глава 11. «Забытые союзники»: Латинская Америка, Африка .....	268
11.1. Образ Африки в российском массовом сознании .....	269
11.2. Образы стран Латинской Америки в российском массовом сознании (на примерах образов Бразилии и Аргентины) .....	279
11.2.1. Образ Бразилии .....	279
11.2.2. Образ Аргентины .....	282
Глава 12. Образы Евросоюза в России .....	287
12.1. Содержание и структура образов ЕС у рядовых граждан .....	288
12.2. Факторы восприятия ЕС .....	302
Глава 13. Восприятие отдельных европейских стран .....	315
13.1. Образ Великобритании .....	316
13.2. Образ Франции .....	320
13.3. Образ Германии .....	324
13.4. Образ Испании .....	329
13.5. Образ Нидерландов .....	332
13.6. Образ Чехии .....	336
13.7. Образ Эстонии .....	340
Глава 14. «Стратегические партнеры»: Китай и Индия .....	347
Глава 15. «Образ врага»: США .....	358
Глава 16. «Туристическая мекка»: Турция и Таиланд .....	369
Глава 17. Российское общество в зеркале страновых образов .....	384
Вместо заключения .....	384
17.1. «Мы». Образ России в самой России .....	384
17.2. «Они». Образы других стран в сознании граждан новой России .....	388
17.3. Возможности объяснительной модели .....	396
Приложение 1 .....	412
Приложение 2 .....	417