

МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
имени М.В. ЛОМОНОСОВА  
ФАКУЛЬТЕТ ПОЛИТОЛОГИИ

*На правах рукописи*

**Джгамадзе Кристина Бадровна**

**ВЛИЯНИЕ ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ НА  
ФОРМИРОВАНИЕ ОБРАЗА СВОЕЙ СТРАНЫ В СОЗНАНИИ  
РОССИЙСКИХ ГРАЖДАН**

Специальность 19.00.12 –  
«Политическая психология»  
(по политическим наукам)

**ДИССЕРТАЦИЯ**  
на соискание ученой степени  
кандидата политических наук

Научный руководитель:  
доктор философских наук, профессор  
**ШЕСТОПАЛ ЕЛЕНА БОРИСОВНА**

Москва – 2017

**ОГЛАВЛЕНИЕ**

<b>ВВЕДЕНИЕ .....</b>	<b>3</b>
<b>ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ ОБРАЗА РОССИИ .....</b>	<b>17</b>
1.1. Теоретические закономерности изучения политического восприятия и анализа образа страны .....	17
1.2. Политико-психологическое понимание структурных компонентов образа России ..	35
1.3. Место психологических факторов в системе детерминации восприятия своей страны .....	52
<b>ГЛАВА 2. ОСОБЕННОСТИ ВОСПРИЯТИЯ РОССИИ В ПЕРИОД 2014-2016 ГОДОВ: СУБЪЕКТНЫЙ АСПЕКТ.....</b>	<b>76</b>
2.1. Характеристика исследования.....	76
2.2. Содержательное наполнение образа России и его структурных компонентов .....	87
2.3. Особенности влияния психологических факторов на формирование образа России .....	116
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....</b>	<b>143</b>
<b>СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ .....</b>	<b>148</b>
<b>ПРИЛОЖЕНИЯ.....</b>	<b>170</b>

## ВВЕДЕНИЕ

### **Актуальность темы диссертационного исследования**

Понимание роли личности в процессе формирования политической картины мира составляет одно из ведущих направлений исследований в современной политической психологии. Однако, значение личности отдельно взятого гражданина при анализе политического восприятия, чаще всего, остается за рамками научных изысканий. В частности, остается открытым вопрос о характере влияния личностных особенностей воспринимающего субъекта на возникновение образов политической реальности в его сознании. В спектре политических образов многими исследователями выделяется образ своей страны, в разной степени агрегирующий у личности систему политических представлений о государстве, народе, культуре, языке и других структурных элементов.

Образ России как образ своей страны в массовом сознании российского общества претерпевал за последние 25 лет заметные трансформации. В конце XX века в национальном самосознании россиян возник новый образ Российской Федерации, как государства, избравшего путь демократизации и либерализации. Вместе с тем, отсутствие четко продуманного политического курса и отказ от национальной идеологии привели к микшированию политических ценностей, отстраненности россиян от мира политики, разочарованию нации в настоящем и утрате надежд на будущее. В этот период образовался идеологический вакуум и усилилось непонимание между российским обществом и государством.

В начале постсоветского периода в массовом сознании стало популярно все западное – продукция считалась качественней, люди образованней, отдых за границей престижней, техника более инновационной. Автостереотипы россиян носили негативный оттенок и являлись скорее разобщающим фактором для российской нации. Научная литература 2010-х гг. была сфокусирована на тематике кризиса национальной идентичности россиян, механизмах его преодоления, создания национально-государственной идеологии, повышения гражданского самосознания и других способов консолидации российского общества. Неоднократно руководство страны акцентировало внимание истеблишмента на поиске национальной идеи, которая смогла бы объединить народ столь великого государства<sup>1</sup>.

В международных отношениях постсоветская Россия пыталась наладить связи с другими государствами, выйти за рамки «железного занавеса» советского времени. В связи

---

<sup>1</sup> Заседание международного дискуссионного клуба «Валдай» URL: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/19243> (Дата обращения: 19.12.2016).

с этим, в России стала популярна теория «soft power»<sup>2</sup>, предлагающая альтернативу военному противостоянию среди государств мира и ставшая инструментом распространения привлекательности российской культуры, языка, традиций. Использование теории «мягкой силы» было нацелено на формирование международного образа России, а образу России внутри страны не уделялось должного внимания. Немало российских граждан в начале – середине 2000-х гг. отрицательно относились к своему государству и желали «оставить это государство и уехать в другое более благополучное место»<sup>3</sup>, при этом, принимая с любовью свою Родину, культуру и язык.

Недовольства, связанные с ненадлежащим функционированием ряда государственных институтов (в частности, вызванные подозрениями в фальсификациях на выборах), вылились в активизацию оппозиционных сил 2011-2012 гг. В 2012 г. на место главы государства вновь был избран В.В. Путин, который пообещал навести порядок в стране, улучшить социальный климат<sup>4</sup> и уменьшить уровень коррупции<sup>5</sup>. Проведение зимней Олимпиады в Сочи, присоединение республики Крым, антироссийские санкции, установление антироссийского режима на Украине – события 2014 года стали поворотным моментом в приобретении единства российской нацией. Социологические агентства регистрировали массовый подъем патриотизма в России, беспрецедентный рост рейтинга одобрения деятельности президента, возрождение имперских настроений и другие признаки консолидации<sup>6</sup>.

Примечательно, что этот поворот в отношении к своей стране произошел на фоне экономического кризиса 2014-2016 гг.. Большинство россиян не испугались насущных проблем, а наоборот, восприняли санкции как вызов, с которым нужно бороться (заметим, что эта тенденция проявляется во всех сложных периодах истории России). Социальные сети взорвались потоком юмора о сложностях русской жизни, с которыми любой другой народ ни за что бы не справился. Санкционные продукты быстро замещались отечественными эквивалентами. Президент России стал реальным символом русской силы, крепкой воли и дальновидности. Среди населения стали популярны изображения В.В. Путина, «вежливых людей», которые символизируют преданность, любовь к своему

---

<sup>2</sup> Nye J. The Power of Persuasion: Dual components of US leadership // The conversation with J. Nye. Harvard International Review, Winter, 2003. P. 46.

<sup>3</sup> Общественное мнение – 2015. М.: Левада-Центр, 2016. – 308 с. С. 192-194.

<sup>4</sup> Интерфакс: Предвыборные обещания Путина URL: <http://www.interfax.ru/business/209267> (Дата обращения: 19.12.2016).

<sup>5</sup> Ведомости: Россияне заметили борьбу с коррупцией, но не очень в нее верят. URL: [https://www.vedomosti.ru/politics/articles/2012/12/03/rossiyane\\_zametili\\_borbu\\_s\\_korrupciej\\_no\\_ne\\_oc\\_hen\\_v\\_nee](https://www.vedomosti.ru/politics/articles/2012/12/03/rossiyane_zametili_borbu_s_korrupciej_no_ne_oc_hen_v_nee) (Дата обращения: 19.12.2016).

<sup>6</sup> ФОМ: Образ России. URL: [http://bd.fom.ru/report/map/dominant/dom\\_5116/d511608](http://bd.fom.ru/report/map/dominant/dom_5116/d511608) (Дата обращения: 30.12.2016).

Отечеству. До определенной степени внешняя угроза сохраняет свою актуальность и сейчас, она консолидирует даже самых отстраненных от политики людей.

Политической актуальностью диссертационного исследования является формирование нового образа России в особом политическом контексте, изложенном выше. Носителем изменившегося образа России являются российские граждане, как основной субъект политического восприятия страны.

На протяжении многих лет развития гуманитарного знания считалось, что объективные признаки важнее субъективных, они более рациональны, эмпиричны, но в современном информационном обществе меняется взгляд на роль субъекта в конструировании окружающей действительности. В связи с этим, складывается научная актуальность диссертационного исследования и формулируются ряд вопросов: «Какова роль субъективного фактора в процессе восприятия крупных политических объектов?»; «Какие психологические характеристики личности опосредуют формирование образа страны?»; «Существует ли связь между когнитивными способностями личности и ее восприятием политической реальности?».

**Исследовательская проблема** связана с необходимостью выявления роли субъектных характеристик личности в политическом восприятии, оказывающих воздействие на формирование того или иного образа России.

#### **Степень научной разработанности проблемы**

В соответствии с проблемой исследования, мы можем сегментировать научные работы по трем ключевым направлениям:

- ♦ во-первых, работы, посвященные изучению особенностей восприятия как процесса познания мира политики и сопровождающих его психологических механизмов;
- ♦ во-вторых, работы, содержащие описание образа страны как результата политического восприятия, его структуры, факторов формирования;
- ♦ в-третьих, работы, связанные с анализом роли субъектного фактора в процессе формирования образа политической реальности.

В рамках **первого направления** исследованием перцептивного процесса как одного из форм познания мира занимались: Г. Гельмгольц, Ж. Пиаже, В. Вундт, Э. Титченер, И. Рок, Д. Хохберг, Р. Грегори, Дж. Гибсон, Д. Марр, У. Найссер и многие другие<sup>7</sup>.

---

<sup>7</sup>См.: Гельмгольц Г. О восприятиях вообще // Хрестоматия по ощущению и восприятию. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1975. – 400 с. С. 61-87.; Пиаже Ж. Психология интеллекта / Жан Пиаже. – М. [и др.]: Питер, 2003. – 191 с.; Вундт В. Проблемы психологии народов / Вильгельм Вундт. – М.: Академический Проект, 2011. – 136 с.; Titchener E.B. Lectures on the elementary psychology of feeling and attention / by Edward Bradford Titchener. – New York: Macmillan, 1908. - IX, 404 с.; Titchener E.B. Lectures on the elementary psychology of feeling and attention / by Edward Bradford Titchener. – New

Большой вклад в разработку теоретического знания по проблеме восприятия и конструирования образов внешнего мира внесли труды отечественных ученых: А.Н. Леонтьева, Д.Н. Узнадзе, С.Л. Рубинштейна, Г.М. Андреевой<sup>8</sup>. Они актуализировали изучение более сложных психологических реакций человека на окружающий мир.

Теоретическое понимание ментальных репрезентаций социального мира нашло отражение в работах: Ф. Олпорта, Ф. Хайдера, Т. Ньюкома, Л. Фестингера, Ч. Осгуда, С. Аша, Дж. Брунера, Л. Постмана, С. Фиске и т.д.<sup>9</sup>.

Полученные социальными психологами знания расширили горизонты для политических психологов XXI века, сформулировав важные гипотезы о межличностном восприятии, восприятии социальных ролей, отношений и ситуаций, о восприятии политических объектов и политиков. На основе концепций социального восприятия выросли современные теории восприятия политических объектов – политических лидеров, элит, партий, государств и других акторов политики.

Политико-психологическое обоснование изучения политических образов заложено в идейных воззрениях российских исследователей: Е.Б. Шестопаля, создавшей собственную научную школу по изучению политических образов<sup>10</sup>, Д.В. Ольшанского, описавшего место политического восприятия в психике человека<sup>11</sup>, Е.В. Егоровой-Гантман,

---

York: Macmillan, 1908. - IX, 404 с.; Rock I. The logic of perception. Cambridge: MIT Press, 1983.; Hochberg J. In the mind's eye. In R.N. Haber (Ed.), Contemporary theory and research in visual perception. New York: Holt, Rinehart & Winston, 1968.; Gregory R. Even Odder Perceptions. Routledge, 1994.; Gibson J. The Ecological Approach to Visual Perception. Boston: Houghton Mifflin, 1979.; Marr D. Vision: A Computational Investigation into the Human Representation and Processing of Visual Information. New York: Freeman, 1982.; Neisser U. The Perceived self: Ecological and interpersonal sources of self-knowledge. Cambridge England: Cambridge University Press, 1993.

<sup>8</sup>См.: Леонтьев А.Н. Становление психологии деятельности. Ранние работы / А.Н. Леонтьев; Под ред. А.А. Леонтьева [и др.]. – М.: Смысл, 2003. – 439 с.; Узнадзе Д.Н. Психология установки. – СПб.: Питер, 2001. – 416 с.; Рубинштейн С.Л. Бытие и сознание. Человек и мир / С.Л. Рубинштейн. – СПб.: Питер, 2003. – 512 с.; Андреева Г.М. Психология социального познания: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению и специальностям психологии / Г. М. Андреева. - 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2005. – 301 с.

<sup>9</sup>См.: Allport F.H. Theories of Perception and the concept of structure. N.Y., Willey, 1955.; Heider F. The psychology of interpersonal relations. New York: John Wiley & Sons, 1958.; Newcomb T. Social Psychology. Hinsdale, IL.: Dryden Press, 1950.; Festinger L. Cognitive dissonance. Scientific American, 1962. 207(4), 93–107.; Osgood C. Psycholinguistics, Cross-Cultural Universals, and Prospects for Mankind. Praeger Publishers, 1988.; Asch S. Social psychology. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1952.; Bruner J. On perceptual readiness. Psychological Review, (64). 1957. p. 123-152.; Bruner J., Postman L. On the perception of incongruity: A paradigm. Journal of Personality, 1949. 18, 206–223.; Fiske S. Social cognition and social perception. Annual Review of Psychology, 1993. V. 44. pp. 155–194.

<sup>10</sup>См.: Психология политического восприятия в современной России / под ред. Е.Б. Шестопаля. – М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2012. – 311 с.

<sup>11</sup>См.: Ольшанский Д.В. Основы политической психологии. – Екатеринбург: Деловая книга, 2001. – 496 с.

обосновавшей научную и практическую значимость исследования образов политических лидеров<sup>12</sup> и других.

Понимание психологических механизмов политического восприятия стало возможным благодаря теориям: С. Московичи, заложившего основу для исследования политических представлений<sup>13</sup>; Г. Тэджфела и Дж. Тернера, способствовавших изучению политической идентичности<sup>14</sup>; У. Липпмана, который обосновал важность механизма стереотипизации в массовом сознании<sup>15</sup>.

**Второе направление** касается исследований восприятия страны, привлечших внимание многих ученых. Учитывая дифференцированность исследовательского потенциала, можно выделить четыре наиболее крупных подхода к изучению образа страны: политико-культурный<sup>16</sup>, политико-коммуникативный<sup>17</sup>, политико-географический<sup>18</sup> и

---

<sup>12</sup>См.: Егорова-Гантман Е.В. Игры в солдатики. Политическая психология президентов. – М.: Группа компаний «Никколо М», 2003. – 336 с.

<sup>13</sup>См.: Moscovici S. The Phenomenon of Social Representations. In R.S. Moscovici (Eds) // *Social Representations*. Cambridge University, pp. 3-69.

<sup>14</sup>См.: Tajfel H., Turner J.C. The social identity theory of intergroup behavior // S. Worchel, W.G. Austin (eds). *Psychology of intergroup relations*. 2nd ed. Chicago: Nelson-Hall, 1985. P. 7–24.

<sup>15</sup>См.: Липпман У. Общественное мнение / Пер с англ. Т.В. Барчуновой; Редакторы перевода К.А. Левинсон, К.В. Петренко. – М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. – 384 с.

<sup>16</sup> См.: Асмолов А. Г. Граждане или подданные: государственная идеология воспитания // *Образовательная политика*. – 2015. – № 4. – С. 2–4.; Юрьев А.И. Состав, структура, функции изменяющегося образа России в мире глобальных изменений. Режим доступа: <http://www.yuriev.spb.ru/russia/sostav-struktura-russia> (Дата обращения: 07.03.2015).; Гаджиев К.С. К вопросу о геополитической идентичности России в современном мире // *Власть*. – 2011. – №6. – С.4-10.; Зверев А.Л. Государственный символизм в образе современной России // *Образы государств, наций и лидеров/ под ред. Е.Б. Шестопал*. – М.: Аспект Пресс, 2008. – С. 87.; Евгеньева Т. В., Селезнева А. В. Советское прошлое в ценностном и образно-символическом пространстве российской идентичности // *Полис. Политические исследования*. – 2016. – № 3. – С. 25–39.

<sup>17</sup> См.: Boulding K. *The Image: Knowledge in Life and Society*. Ann Arbor, MI, 1997.; Cottam R. *Foreign policy motivation: general theory and a case study*. Pittsburgh: Pittsburgh University Press. 1977. P. 63.; Herrmann R.K. *Image Theory and Strategic Interaction in International Relations* // *Oxford Handbook of Political Psychology* / Ed. by D.O. Sears, L. Huddy, R. Jervis. Oxford, 2003. P. 285-314.; Гринберг Т. Э. Коммуникации в управлении имиджем и репутацией: корреляция понятий // *Медиа альманах*. – 2013. – № 2 (55). – С. 6–11.; Глинская И.Ю. Проблема формирования бренд-имиджа «Россия» и пути ее решения // *Социология власти*. – 2010. – №6. – С.92-98.; Федякин А.В. Политика формирования позитивного образа государства: региональное измерение. Монография. – М.: МИИТ, 2010. – 320 с.; Киселев И.Ю., Смирнова А.Г. *Образ государства и принятие решений в международных отношениях: Учеб. пособие*. СПб., 2004. С. 65-80.

<sup>18</sup> См.: Trowbridge G. On fundamental methods of orientation and «Imaginary maps» // *Science*, vol. 88, 1913.; Семенов-Тянь-Шанский В.П. *Район и стран*. – М.-Л.: Госиздат, 1928.; Голд Дж. *Психология и география. Основы поведенческой географии* / Дж. Голд; Пер. с англ. – М.: Прогресс, 1990. – 302 с.; Михайлов Н.Н. *Образ места* // *Вопросы географии*. – М.: 1948. Сб. 10. С. 193-198.; Замятин Д.Н. *Гуманитарная география: пространство, воображение и взаимодействие современных гуманитарных наук* // *Социологическое обозрение*. – 2010. – Т. 9. – № 3. – С. 26-50.; Васильева Г.М. *Культурно-географический образ России в лингвокультурологическом аспекте* / Г.М. Васильева, О.В. Ротмистрова. – СПб.: Изд-во СПб гос. ун-та водных коммуникаций, 2011. – 198 с.

политико-психологический подходы<sup>19</sup>. Стоит отметить, что политико-психологический подход впитал в себя признаки других подходов, переориентировав их на психологический ракурс.

Большое значение для диссертационного исследования имеют работы, раскрывающие структуру образа страны и его смысловое наполнение, среди них можно выделить несколько научных блоков: теории географических образов, теории национального самосознания и исторической памяти, теории образов власти и образов политических лидеров.

Научное знание о проблеме географических образов достаточно широко представлено в трудах Д.Н. Замятина, Н.Ю. Замятиной, И.И. Митина, Д. В. Заяца и В.А. Колосова и других<sup>20</sup>.

Проблемой этнического самосознания и национальной идентичности занимались: Ж. Девос, Ю.В. Бромлей, Э. Смит, Ж. Финни, Б.Ф. Поршнев, Л.М. Дробижева, К.С. Гаджиев, Ю.В. Арутюнян, В.Ю. Хотинец, В.А. Тишков, С.В. Рыжова, Т.В. Евгеньева<sup>21</sup> и многие другие.

---

<sup>19</sup> См.: Бокова Н.Б., Ван Б. Сравнительный анализ рациональных и бессознательных аспектов восприятия власти в Китае. (по результатам эмпирического исследования) // Политическая наука. – 2016. – № Специальный выпуск.; Пищева Т.Н. Образ России в стране и в мире: научные исследования в современной политической психологии // От истоков к современности. – 2015. – С. 451–453.; Образы Евросоюза в России: проблемы восприятия / Е.Б. Шестопад, К.Б. Джгамадзе, В.А. Губченко и др. // Полис. Политические исследования. – 2016. – № 3. – С. 12–24.

<sup>20</sup> См.: Замятин Д.Н. Образ страны: структура и динамика // ОНС, 2000, №1.; Замятина Н.Ю. Смысл и положение в ментально-географических пространствах // Географическое положение и территориальные структуры: памяти И.М. Маергойза. – Москва, 2012. – С. 457–478.; Митин И.И. Методика комплексной культурно-географической характеристики территории: дис. ... канд. геогр. наук: 25.00.24. – М., 2007.; Заяц Д.В., Колосов В.А. Геополитические образы в зеркале СМИ // Отечественные записки. – 2002. – № 6. – С. 136–212.; Мир глазами россиян: мифы и внешняя политика. Под ред. В.А. Колосова. ФОМ. – М., 2003. – 304 с.

<sup>21</sup> См.: De Vos G.L., Romanucci-Ross L. (Eds.). *Ethnic Identity: Cultural continuities and change*. Palo Alto, CA: Mayfield. – 1975.; Бромлей Ю. В. Очерки теории этноса. – М.: Наука, 1983.; Smith, Anthony D. *National identity. – (Ethnonationalism in comparative perspective)*. London; New York: Penguin Books, 1991.; Phinney J. *Ethnic identity in adolescents and adults: review of research* // *Psychological Bulletin*. 1990. Vol. 108. P.449-514.; Поршнев Б.Ф. Принципы социально-этнической психологии. – М.: Просвещение, 1964. – 223 с.; Дробижева Л.М. Этничность в социально-политическом пространстве Российской Федерации. Опыт 20 лет. / Л.М. Дробижева. – М.: Новый хронограф, 2013. – 336 с.; Гаджиев К.С. Американская нация: национальное самосознание и культура. М.: Наука, 1990. – 239 с.; Арутюнян Ю.В. Социально-культурное развитие и национальное самосознание // *Социологические исследования*. 1990. № 7. С. 42–49.; Хотинец В.Ю. О содержании и соотношении понятий этническая самоидентификация и этническое самосознание/СОЦИС. 1999. – № 9. – С. 73.; Тишков В.А. Реквием по этносу: исследования по социально-культурной антропологии. – М.: Наука, 2003. – 544 с.; Рыжова С. В. О ценностных характеристиках современной русской этнической идентичности // *Власть*. – 2016. – № 9. – С. 163–172.; Евгеньева Т.В., Селезнева А.В. Советское прошлое в ценностном и образно-символическом пространстве российской идентичности // *Полис. Политические исследования*. – 2016. – № 3. – С. 25–39.



В смежных областях наук содержатся публикации, описывающие историческую память как национальный образ-прошлого<sup>22</sup>.

Исследование восприятия политической власти находится в фокусе внимания современной политической науки и представлено в работах: С. Фиске, М. Прайора, Е.Б. Шестопаля, Н.А. Романович, А.А. Вилкова, А.В. Селезневой, И.В. Задорина, В.В. Петухова, С.В. Нестеровой, О.В. Крыштановской<sup>23</sup> и многих других.

Значительный вклад в разработку научного знания по проблеме восприятия политических лидеров внесли: Д. Ниммо, Ф. Гринстайн, Е.Б. Шестопаля, Д. Уинтер, М. Херманн, Кристл де Ландшир, Н.Г. Щербинина, Е.В. Егорова-Гантман, В.А. Зорин, Н.М. Ракитянский, Н.В. Смутькина<sup>24</sup> и другие.

---

<sup>22</sup> См.: Савельева И.М., Полетаев А.В. Теория исторического знания: Учеб. Пособие. – СПб.: Изд-во «Алетейя. Историческая книга», 2007. – 523 с.; Панков В.В. История как образ и память // Вестник ОГУ. – 2006. – №9. – С.100-105.; Образ России во временной перспективе: монография (Текст) / Под ред. С.А. Гончарова. – СПб., Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 2012. – 347 с.; Евгеньева Т.В. Историческая память, национальное самосознание и политическая социализация//Современная теория политической социализации как инструмент политического познания: материалы круглого стола// Вестник Московского университета. Серия 12: Политические науки (ранее: Теория научного коммунизма; Социально-политические исследования). – 2013. – № 1. – С. 118–121.

<sup>23</sup> См.: Fiske S., Dupree C., Nicolas G., & Swencionis, J. Status, power, and intergroup relations: The personal is the societal. *Current Opinion in Psychology*, 11, 44-48. 2016.; Prior M. Who watches presidential debates? Measurement problems in campaign effects research. *Public Opin. Q.* 76:350–63. 2012.; Шестопаля Е.Б. Сдвиги в восприятии власти российскими гражданами в 2010-х гг. // Человек. Сообщество. Управление. – 2014. – № 1. – С. 52–64.; Романович Н.А. Отношение к власти: тенденции и противоречия // Власть. – 2016. – №3. – С.76-83.; Вилков А.А., Захарова Т.И. Сакральные основания власти в политической жизни России. Саратов: Издательский центр «Наука». 2010. - 200 с.; Вилков А.А. Ментальное восприятие региональной власти// Известия Саратовского университета. Серия Социология. Политология. Выпуск 4. Т. 10. – 2010. – С. 208-220.; Селезнева А.В. Система политических ценностей в процессе восприятия власти в современной России // Полис. Политические исследования. – 2012. – № 1. – С. 153–154.; Задорин И.В., Мальцева Д.В., Петухов В.В. Российское общество – 2020: экспертный образ будущего // Экономические стратегии. – 2016. Т. 18. – № 3 (137). – С. 32-55.; Петухов В.В. Политические и социальные перемены в стране и их восприятие средним классом // Средний класс в современной России. Опыт многолетних исследований / Под ред. М.К. Горшкова и Н.Е. Тихоновой. М.: Весь Мир, 2016. С. 288-309.; Нестерова С.В. Визуальные и вербальные характеристики образов власти // Политическая психология: Хрестоматия/ сост. Е.Б. Шестопаля. – 3-е изд., исп. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2011. – С. 401-412.; Крыштановская О.В. Форматы российской власти. – Полис. Политические исследования. 2010. № 1. С. 27-34.

<sup>24</sup>См.: Candidates and Their Images/ ed. by Dan D. Nimmo, Robert L. Savage. – Pacific Palisades, California: Goodyear Publishing Company, 1976. – 250 p.; Greenstein, F.I. Presidents and the dissolution of the Union: Leadership style from Polk to Lincoln. Princeton, NJ: Princeton University Press, 2013.; Шестопаля Е. Б. Восприятие В.В. Путина российскими гражданами: 15 лет пребывания во власти // Полис. Политические исследования. – 2015. – № 6. – С. 68–80.; Winter D.G. Philosophizing or polarizing politician? A personality profile of Barack Obama. *Political Psychology*, 32, 1059-1081. 2011.; Hermann, Margaret G. The Psychological Assessment of Political Leaders. Michigan: The University of Michigan Press, 2005. p. 178.; Christ'l de Landtsheer, Philippe de Vries Branding the Image of a Fox: The Psychological Profile of EU President Herman Van Rompuy // *Journal of Political Marketing*, 0:1–23, 2015.; Щербинина Н.Г. Цветовая классификация политических лидеров России, или Лидер белый, красный и черный. – Полис. Политические исследования. – 2000. – № 4. – С. 94.; Егорова-

**Третье направление** содержит меньше всего работ, в связи с тем, что в научной среде мало внимания уделяется изучению роли субъекта в процессе восприятия окружающей действительности. Ученые признают влияние личных характеристик индивида на построение им образов внешнего мира<sup>25</sup>, однако, до сих пор не выявлены закономерности воздействия психических процессов воспринимающего субъекта на имеющиеся у него в сознании политические образы, то есть, что конкретно влияет и в чем это влияние выражается.

Хотелось бы подчеркнуть, что проблема особенностей влияния субъектных факторов на формирование образа страны является достаточно актуальной для современной политико-психологической науки, в то же время, она весьма слабо изучена, что послужило основанием для определения объекта и предмета диссертационной работы.

**Объектом** диссертационного исследования является актуальный образ России, содержащийся в сознании российских граждан в период 2014-2016 гг.

**Предмет** диссертационного исследования – это психологические факторы формирования образа России в сознании ее граждан.

**Целью** диссертационного исследования стал поиск и определение зависимостей между психологическими факторами и содержательным наполнением образа России и его структурных компонентов. Поставленная цель обусловила исследовательские **задачи**:

**В теоретической части:**

1. Проследить эволюцию изучения психологического феномена политического восприятия, раскрыть теоретические основания исследования политических образов и сформировать подходы к изучению образа страны.

2. Описать структурные компоненты образа страны в рамках политико-психологического исследования.

---

Гантман Е.В. Игры в солдатики. Политическая психология президентов. – М.: Группа компаний «Никколо М», 2003. – 336 с. – (Серия «Политическое консультирование»); Зорин В.А. Модели политического лидерства российских президентов. – Полис. Политические исследования. – 2010. – № 4. – С. 77-89.; Ракитянский Н. М., Колесниченко Ю. В. Философско-психологическое измерение проблемы портретирования личности политика // Конфликтология. – 2015. – № 2(3). – С. 218–233.; Смутькина Н.В. Взаимосвязь образа будущего и электоральной привлекательности современного политика // Вестник Московского университета. Серия 12: Политические науки (ранее: Теория научного коммунизма; Социально-политические исследования). – 2016. – № 2. – С. 111–113.

<sup>25</sup> См.: Вундт В. Введение в психологию: Пер. с нем. / Предисл. Н. Самсонова. Изд. 3-е. Мю: КомКнига. 2007. – 168 с.; Узнадзе Д.Н. Общая психология Пер. с грузинского Е.Ш. Чомахидзе; Под ред. И.В. Имерадзе. – М.: Смысл; СПб.: Питер, 2004. – 413 с.; Smith Margaret K. Apperception // The School Review, Vol. 3, No. 9 (Nov., 1895), PP. 548-556.; Stout G. F. Analytic psychology. Tom 14. Psychology Press, 2004. 328 p. PP. 110-130.; Пушкарева Г.В. Когнитивные механизмы конструирования политической реальности // Полис. Политические исследования. – 2015. – № 1. – С. 55-70.;

3. Обозначить авторскую факторную модель формирования образа страны, выявить значение психологических факторов и разработать систему их политико-психологических индикаторов.

**В практической части:**

1. Описать смысловое наполнение вербального и визуального образа России, содержащегося в российском массовом сознании на осознаваемом и неосознаваемом уровнях восприятия.

2. Выявить и проанализировать структурные компоненты образа страны (образ территории, образ истории, образ народа, образ власти и образ политического лидера) и показать их место в образе России.

3. Выявить особенности влияния психологических (когнитивный, эмоциональный и поведенческий) факторов восприятия на формирование конкретных политических образов страны.

**Гипотезой** диссертационного исследования является предположение о том, что психологические факторы политического восприятия – когнитивный, эмоциональный и поведенческий в комплексе оказывают влияние на формирование образа России, содержащегося в сознании российских граждан. При этом, каждый фактор обладает различной силой влияния на процесс восприятия страны и опосредует образование конкретной формы политического образа, входящего в состав образа России.

**Теоретико-методологические основания исследования**

Теоретическим основанием диссертационного исследования стали работы школы политической психологии Е.Б Шестопаля на кафедре социологии и психологии политики факультета политологии МГУ имени М.В. Ломоносова<sup>26</sup>, развившие научное знание о природе политического восприятия, структуре политических образов, политико-психологическом анализе образа страны.

В качестве научного подхода к изучению образа страны мы выбрали политико-психологический подход, обращенный к многофакторному исследованию образа страны со значительной ролью воспринимающего субъекта. В рамках политико-психологического подхода образ страны рассматривался как комбинация взаимосвязанных компонентов –

---

<sup>26</sup> См.: Образы государств, наций и лидеров/ под ред. Е.Б. Шестопаля. – М.: Аспект Пресс, 2008. – С. 12-13.; Образы российской власти: от Ельцина до Путина / Под ред. Е.Б. Шестопаля. – М.: РОССПЭН, 2009. – 416 с.; Психология политического восприятия в современной России / под ред. Е.Б. Шестопаля. – М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2012. – 311 с.; Путин 3.0: общество и власть в новейшей истории России: Монография / под ред. Е.Б. Шестопаля. – М.: АРГАМАК-МЕДИА, 2015. – 420 с.; Зверев А.Л., Палитай И.С., Смулькина Н.В., Рогозарь А.И. Особенности политического восприятия в современных российских условиях // Полис. Политические исследования. – 2016. – № 3. – С. 40–54.

образа территории, образа истории, образа народа, образа власти и образа политического лидера.

При изучении процесса политического восприятия диссертационное исследование опиралось на труды: Г.В. Пушкаревой, актуализирующей роль субъекта в построении политической реальности<sup>27</sup>; А. Маслоу, обозначившего базовые потребности личности<sup>28</sup>; М.А. Холодной, систематизирующей когнитивные стили личности<sup>29</sup>; М.С. Яницкого, разработавшего типологию личности согласно ценностным предпочтениям<sup>30</sup>; А.В. Селезневой, выявившую специфику политических ценностей в российском массовом сознании<sup>31</sup>; И.С. Семененко, описавшей особенности политической идентичности<sup>32</sup>; Т.В. Евгеньевой, сформулировавшей основание политической идентичности в ее российской специфике<sup>33</sup>, и других авторов.

Выбранный политико-психологический подход и исследовательская проблема определили набор используемых **методов** диссертационной работы: стандартизированное глубинное интервью, проективный рисуночный тест «Россия и я», метод семантического дифференциала, методика «Пирамида потребностей», методика «незаконченные предложения» и метод свободных ассоциаций.

Эмпирическая база исследования включала в себя 340 глубинных интервью, самостоятельно собранных в центральной России. Гайд интервью был составлен автором, с одной стороны, для получения представлений российских граждан о своей стране, с другой стороны, для выявления индивидуальных политико-психологических индикаторов личности – когнитивного стиля, ценностных ориентаций, политической идентичности, эмоционального знака, потребностей и политической активности.

Обработка материалов осуществлялась посредством программного пакета SPSS Statistic, с применением различных видов статистического анализа: частотный анализ,

---

<sup>27</sup> См.: Пушкарева Г.В. Homo politicus: политическая реальность и политический дискурс // Общественные науки и современность. – 2013. – № 5. – С. 90–100.

<sup>28</sup> См.: Маслоу А. Мотивация и личность. Перевод с англ. Татлыбаевой А.М. Вступительная статья Акулиной Н.Н. – СПб.: Евразия, 1999. – 478 с.

<sup>29</sup> См.: Холодная М.А. Когнитивные стили. О природе индивидуального ума. 2-е изд. – СПб.: Питер, 2004. – 384 с

<sup>30</sup> См.: Яницкий М.С. Ценностное измерение массового сознания / М.С. Яницкий; Мин-во обр. и науки РФ, Кем. гос. ун-т. – Новосибирск: Издательство СО РАН, 2012. – 237 с.

<sup>31</sup> См.: Селезнева А.В. Политико-психологический подход к исследованию политических ценностей // Вестник Томского государственного университета. – 2011. – № 345. – С. 56–60.

<sup>32</sup> См.: Семененко И.С. Политика идентичности и политическая идентичность / И.С. Семененко // Политическая экспертиза: ПОЛИТЭК. – 2011. – Т. 7. – № 2. – С. 5–24.

<sup>33</sup> См.: Евгеньева Т. В. Национально-государственная идентичность современной российской молодежи: структурное измерение и политико-психологические особенности // Перспективы развития политической психологии: новые направления. — Издательство Московского университета Москва, 2012. – С. 199–206.

анализ множественных ответов, факторный анализ и корреляционный анализ. Статистические инструменты позволили построить частотные таблицы, таблицы множественных ответов, таблицы сопряженности и матрицу расстояний шкал.

**Положения, выносимые на защиту:**

1. В исследуемый период образ России характеризуется когнитивно простыми политическими представлениями и положительными аффектами. Российскими респондентами своя страна воспринимается как сильное, привлекательное, авторитетное государство, активное в международных отношениях, в некоторой степени пассивное во внутренней политике, имеющее проблемы с гражданской безопасностью, справедливостью и социально-экономическим развитием.

2. В политических образах, входящих в образ России, заложены статусно-ролевые ожидания воспринимающего субъекта. Образ российского народа является центральным компонентом образа России и выполняет роль «борца за справедливость»; образ политического лидера России определен ролью «отца в большом семействе»; за образом российской власти в лице представителей ряда властных структур закрепилось субъективное понимание «преграды», которая не дает стране полноценно развиваться; территориальный образ России выступает неким фоном для реализации политическими акторами своего статусного положения; и наконец, образ российской истории дает необходимую поведенческую модель для формирования статусно-ролевых ожиданий.

3. Восприятие гражданами своей страны сопряжено с влиянием всей суммы психологических факторов. Психологические факторы, обладают при этом, разной степенью воздействия. Индивидуальные политико-психологические характеристики субъекта опосредуют форму, структуру и смысловое наполнение образа страны.

4. Когнитивный фактор является наиболее доступным для верификации и операционализируется с помощью политико-психологических индикаторов – когнитивного стиля, ценностных ориентаций и политической идентичности индивида. Когнитивный стиль воспринимающего субъекта влияет на формирование экстернальных и интернальных политических образов страны. Ценностные ориентации – на иерархичность и персонифицированность образа российской власти, а политическая идентичность – на аффективную окраску образа страны.

5. Эмоциональный фактор представляет собой крайне сложный фактор для изучения, так как оказывает косвенное влияние на формирование образа страны. Только в сочетании с другими личностными характеристиками индивида, эмоции формируют особенности восприятия страны.

б. Влияние поведенческого фактора определяется потребностями воспринимающего субъекта. Базовые потребности индивида опосредуют аффективное восприятие страны и влияют на субъективную оценку страны по показателям «привлекательность страны», «активность страны», «авторитет страны» и «стабильность страны».

#### **Научная новизна исследования:**

Во-первых, в работе автор обратился к малоизученной стороне политического состояния общества – психологическим факторам формирования образа своей страны в сознании воспринимающих субъектов. Была актуализирована зависимость между психологическими особенностями личности и ее характером восприятия политической реальности.

Во-вторых, автор отмечает в структуре образа страны пять взаимосвязанных компонентов – образы территории, истории, народа, власти и политического лидера, которые занимают особое смысловое положение в целостном образе страны.

В-третьих, в работе использовалась авторская операционализация когнитивного, эмоционального и поведенческого психологических факторов, предполагающая выделение индивидуальных политико-психологических индикаторов.

В-четвертых, в соответствии с семантическим пространством россиян, автор выделил пять наиболее валидных показателей для анализа образа страны, впервые добавив к принятой в литературе схеме такие показатели, как «авторитет страны» и «стабильность страны», наряду с .....

В-пятых, посредством статистических процедур автором впервые зафиксированы корреляционные связи между психологическими факторами и содержанием образа страны.

В-шестых, диссертационное исследование ввело в научный оборот большой объем новых эмпирических данных, посвященных политическим образам страны (вербальных/визуальных, осознаваемых/неосознаваемых, реальных/идеальных и т.д.), социальному самочувствию, политическим ожиданиям, ценностным ориентациям и другим личностным характеристикам российских граждан.

#### **Теоретическая и практическая значимость работы**

Диссертационная работа содержит уникальную модель исследования психологических факторов формирования политических образов, которая может быть экстраполирована на другие исследования в политических, социальных и психологических отраслях гуманитарных наук. Анализ формирования образа страны с позиции воспринимающего субъекта открывает новые горизонты для изучения роли личности в политическом пространстве.

В результате диссертационного исследования была зафиксирована сопряженность индивидуальных психологических характеристик и политических представлений о своей стране, на базе которых возможно построение новых концепций брендинга страны, усовершенствование имиджевых теорий в восприятии стран, народов и других политических акторов. Непосредственно на уровне российского массового сознания, поддержание благоприятного климата между российским обществом и государством с помощью сведений о статусно-ролевых ожиданиях по отношению к политическим объектам, входящим в образ страны.

На основе полученных теоретических выводов и материалов эмпирического исследования имеется возможность для разработки учебно-методических комплексов по изучению проблемы политического восприятия как построения субъективной политической картины мира.

#### **Апробация результатов исследования**

Полученные в ходе диссертационного проекта авторские выводы были опубликованы в журналах из перечня ВАК и представлены в докладах на международных и всероссийских конференциях:

- ♦ Международной научной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов-2015», апрель 2015 г.;
- ♦ Всероссийской научно-практической конференции «Актуальные проблемы социализации личности в поликультурном обществе», май 2015 г.;
- ♦ Седьмого Всероссийского конгресса политологов «Политическая наука перед вызовами современной политики», ноябрь 2015 г.;
- ♦ Шестой Международной социологической Грушинской конференции «Жизнь исследования после исследования: как сделать результаты понятными и полезными», март 2016 г.;
- ♦ Международной научной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов-2016», апрель 2016 г.;
- ♦ Всероссийской научной конференции «Образы будущего России: желаемое – возможное – необходимое», июнь 2016 г.;
- ♦ Всероссийской научной конференции с международным участием «Россия в условиях новой политической реальности: стратегия и методы развития», ноябрь 2016 г.;
- ♦ Седьмой социологической Грушинской конференции «Навстречу будущему. Прогнозирование в социологических исследованиях», март 2017 г.

**Структура диссертационного исследования** включает в себя введение, теоретическую и практическую главы, заключение, список использованных источников и литературы и приложения.



## ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ ОБРАЗА РОССИИ

### 1.1. Теоретические закономерности изучения политического восприятия и анализа образа страны

Развитие политических наук раскрывает для исследователя новые горизонты изучения особенностей восприятия мира политики. Наиболее значимой единицей политической реальности является страна, которая обладает сложной институциональной структурой, определяется особым культурным кодом, имеет уникальную историю. Образ страны как проекция реального политического объекта представляет собой многогранное перцептивное образование, трудно поддающееся анализу. Однако, перед нами стояла задача рассмотреть с позиции воспринимающей личности (субъектный аспект) чем наполнен образ страны, что влияет на его содержание, чем обусловлен процесс формирования политического образа в условиях изменяющегося политического контекста. Отвечая на эти вопросы, прежде всего необходимо описать теоретические основания изучения феномена политического восприятия.

#### Психологический процесс восприятия

В рамках психологии, **восприятие** («perception») есть чувственное отражение субъектом внешнего мира и регулятор взаимодействия человека с предметами и явлениями окружающей среды<sup>34</sup>. Также, под **восприятием** понимается «процесс формирования, посредством активных действий, субъективного образа целостного предмета, воздействующего на анализаторы»<sup>35</sup>. В структуре восприятия принято выделять: субъект восприятия, воспринимаемый объект, непосредственно процесс восприятия и образ как результат процесса восприятия<sup>36</sup>.

Под восприятием Г. Гельмгольц понимал чувственные представления о существовании, форме и положении внешних объектов<sup>37</sup>. Он отмечал, что двойственность восприятия проявляется в образовании перцептивного образа в процессе взаимодействия прежнего опыта и чувственных ощущений. Механизм взаимодействия прежнего опыта и

---

<sup>34</sup> Психологическая наука в России XX столетия: проблемы теории и истории. Под ред. А.В. Брушлинского. – М.: Издательство «Институт психологии РАН», 1997. – 597 с. С. 462.

<sup>35</sup> Головин С.Ю. Словарь практического психолога, Минск.: Харвест, 1998. URL: <http://vocabulary.ru/dictionary/25/word/vosprijatie> (Дата обращения: 26.02.2015).

<sup>36</sup> Затонских А.В. Влияние образов лидеров на восприятие политических партий в современной России: дис. ... канд. полит. наук: 19.00.12. – М., 2013. – С. 18-19.

<sup>37</sup> Гельмгольц Г. О восприятиях вообще // Хрестоматия по ощущению и восприятию. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1975. – 400 с. С. 86.

чувственных ощущений похож на умозаключение по аналогии, т.е. он выражен в бессознательной форме. Именно поэтому, субъект восприятия не в состоянии осознанно понять, что формирует его образ – память или чувства.

По мнению Ж. Пиаже, восприятие предполагает понимание, осмысление и истолкование воспринятого; оно связано с принятием решения и предполагает выбор, в результате которого индивид соотносит полученную информацию с имеющимися эталонами, записанными в памяти<sup>38</sup>.

Основоположником концепции образа в советской психологической науке считается А.Н. Леонтьев, по мнению которого, процесс восприятия является средством конструирования образа мира («вычерпывания» образа из объективной реальности)<sup>39</sup>. Психологическое исследование образа должно пройти путь от внешнего объективного мира к ощущению, восприятию и непосредственно самому образу. Задача ученого получить конкретно-научное знание о том, как индивиды создают образ мира, в котором они живут (т.е. действуют в нем и воздействуют на него).

**Образ** – это субъективный результат восприятия внешнего объекта, запечатленный в сознании субъекта. В условиях общественно-исторической практики, на основе и в форме знаковых систем формируется образ как идеальная форма отражения объекта в сознании индивида. Образ **вторичен**, так как имеет источник в объективном мире (это могут быть предметы, явления, другие индивиды, социальные общности и прочие объекты восприятия). Также, образ **субъективен** – он не способен существовать автономно, без привязки к объекту отражения. При этом, образ носит **самостоятельный** характер, однажды возникнув, он может повлиять на дальнейшее поведение индивида.

Основатель экспериментальной психологии В. Вундт и его последователь Э. Титченер занимались исследованием ощущений и восприятий в рамках **структуралистского** подхода<sup>40</sup>. В психологии В. Вундта важным психическим процессом была **апперцепция**, представляющая собой произвольный акт воли, при котором человек контролирует и придает единство своему разуму<sup>41</sup>. Ученый делил восприятие на перцепцию и апперцепцию: восприятие, входящее в более широкий объем сознания, называется перцепцией; при фокусированном восприятии личности оно становится апперцепцией<sup>42</sup>. По мнению В. Вундта, апперцепция ведет к более ясному

<sup>38</sup> Пиаже Ж. Избранные психологические труды. М.: Просвещение, 1969. – 659 с. С. 109-142.

<sup>39</sup> Леонтьев А.Н. Образ мира // Избранные психологические произведения. М., 1983. С. 251-261.

<sup>40</sup> Общая психология: в 7 т.: учебник для студ. высш. учеб.заведений / под ред. Б.С. Братуся. Т. 2: Ощущение и восприятие / А. Н. Гусев. – М.: Издательский центр «Академия», 2007. – 416 с. С. 46-47.

<sup>41</sup> Лихи Т. История современной психологии. 3-е изд. – СПб.: Питер, 2003. – 448 с. С. 103-106.

<sup>42</sup> Вундт В. Введение в психологию: Пер. с нем. / Предисл. Н. Самсонова. Изд. 3-е. Мю: КомКнига. 2007. – 168 с. С. 35-36.

восприятию, сопровождаемому состоянием внимания<sup>43</sup>. Стоит отметить, что в современной психологической науке под **апперцепцией** понимают зависимость восприятия от свойств личности, прошлого опыта, чувств и интересов<sup>44</sup>. На апперцепцию оказывают влияние знания, опыт, мотивы, интересы, установки и эмоции.

Реакцией на структурализм стало возникновение нового направления – **гештальтпсихологии**, разработанного исследователями Берлинской школы М. Вертгаймером, В. Кёллером и К. Коффкой<sup>45</sup>. Представители гештальтпсихологии критиковали структуралистов за игнорирование существенного фактора восприятия – взаимосвязи между раздражителями.

**Гештальт** обозначает целостность образов, несводимость восприятия к сумме свойств составляющих его ощущений<sup>46</sup>. Отечественный психолог Д.Н. Узнадзе считал, что гештальту присуща тенденция к самовосполнению, завершенности и выраженности; гештальт может совершенствоваться и принимать более четко выраженный вид. Так формулируется «закон прегнантности» или закон «хорошей формы», благодаря которому все кажется более совершенной и правильной формы, чем есть на самом деле<sup>47</sup>.

Выведенные факторы и законы безусловно важны, однако недостаточно описать феномены, необходимо понять почему мы воспринимаем тот или иной объект. Восприятие окружающего мира устанавливает связь между объектом и субъектом, опосредуя целостное изменение личности и формируя определенную установку на перцептивный процесс. Д.Н. Узнадзе дает дефиницию **установке** как «специфическому состоянию, возникающему у субъекта под воздействием объективной ситуации удовлетворения потребности»<sup>48</sup>. По мнению ученого, установка предопределена двумя факторами – объективными обстоятельствами и субъективными потребностями.

**Конструктивистское** направление, в развитие которого заметную роль внесли труды И. Рока<sup>49</sup>, Д. Хохберга<sup>50</sup>, Р. Грегори<sup>51</sup>, подчеркивает активную роль наблюдателя в процессе восприятия, при этом, восприятие является чем-то большим, нежели простая констатация самого факта воздействия на раздражители. Основная мысль конструктивистского подхода выражается в существовании особой «ментальной

<sup>43</sup> Вундт В. Очерк психологии. СПб.: Ф. Павленков, 1896. – 220 с. С. 141.

<sup>44</sup> Маклаков А.Г. Общая психология: Учебник для вузов. – СПб.: Питер, 2008. – 583 с. С.204-205.

<sup>45</sup>Рубинштейн С.Л. Основы общей психологии. 2-е издание – СПб: Питер, 2009. – 720 с. С.87-89.

<sup>46</sup> Узнадзе Д.Н. Общая психология Пер. с грузинского Е.Ш. Чомахидзе; Под ред. И.В. Имерадзе. – М.: Смысл; СПб.: Питер, 2004. – 413 с. С. 202-206.

<sup>47</sup> См. там же.

<sup>48</sup>Узнадзе Д.Н. Общая психология. С. 210-211.

<sup>49</sup> См.: Rock I. An introduction to perception. New York: Macmillan, 1975.

<sup>50</sup> См.: Hochberg J. Perception. Englewood Cliffs, Nj: Prentice Hall, 1964.

<sup>51</sup> См.: Gregory R. Concepts and mechanisms of perception. New York: Scribners, 1974.

конструкции», формирующейся в процессе восприятия. «Ментальная конструкция» основана на индивидуальных познавательных стратегиях, предшествующем опыте, мотивациях, внимании, ожиданиях и прочих качествах личности<sup>52</sup>.

Таким образом, в XX веке были заложены основы для изучения феномена восприятия, который активно исследовался с позиций межличностного, межгруппового, политического перцептивного понимания окружающего мира.

### Социальное восприятие

С позиции социальной психологии, **социальная перцепция** («social perception») – это восприятие социальных объектов, к которым относятся личность, группа и более широкие социальные общности<sup>53</sup>. Представители когнитивной психологии определяют социальное восприятие в качестве подхода, акцентирующего внимание на верованиях и гипотезах, разделяемых личностью, как непосредственных детерминантах ее поведения<sup>54</sup>. Социальное восприятие детерминирует трактовку социальных процессов как ключа комплексного, целенаправленного, социального поведения<sup>55</sup>.

Социальное восприятие – это психическая деятельность, включающая способность человека к пониманию желаний, намерений, поведения других людей, и, определяющая взаимодействия в обществе<sup>56</sup>.

Стоит отметить, что в зарубежной и отечественной литературе не сложилось единой позиции по трактовке феномена «социальное восприятие»<sup>57</sup>.

Объяснением социально-психологических феноменов занимались теоретики **когнитивизма**, стремившиеся растолковать социальное поведение с помощью описания познавательных процессов человеческой психики<sup>58</sup>. К когнитивным теориям относятся: теории когнитивного соответствия (теория структурного баланса Ф. Хайдера<sup>59</sup>, теория коммуникативных актов Т. Ньюкома<sup>60</sup>, теория когнитивного диссонанса Л. Фестингера<sup>61</sup>,

<sup>52</sup>Шиффман Х.Р. Ощущение и восприятие. 5-е изд. – СПб.: Питер, 2003. – 928 с. С. 32-33.

<sup>53</sup> Глоссарий по политической психологии. – М.: РУДН, 2003. URL: <http://vocabulary.ru/dictionary/8/word/socialnaja-percepcija> (Дата обращения: 23.11.2015).

<sup>54</sup>Landman J., Manis M. Social cognition: some historical and theoretical perspectives // Advances in experimental social psychology. - N.Y.: Academic, 1983. Vol. 16. pp. 51-57.

<sup>55</sup>Isen A.M. Positive effect, cognitive processes and social behavior. – N.Y.: Academic press, 1987. – pp. 203-253.

<sup>56</sup>Brothers L. The social brain: project for integrating primate behavior and neurophysiology in a new domain. – L.: Naves Press, 1990. pp. 27-28.

<sup>57</sup>Zebrowitz L. A. Social Perception. Open University Press, 1990. P. 231.

<sup>58</sup>Андреева Г.М., Богомолова Н.Н., Петровская Л.А. Зарубежная социальная психология XX столетия: Теоретические подходы: Учеб. пособие для вузов. – М.: Аспект-пресс, 2002. – 287 с. С.61-96.

<sup>59</sup>См.: Heider, F. Social perception and phenomenal causality. Psychological Review, 1944. 51, 358 – 374.

<sup>60</sup>См.: Newcomb T. An Approach to the Study of Communicative Acts//Psychological Review. V. 60. 1953.

<sup>61</sup>См.: Фестингер Л. Введение в теорию диссонанса // Современная зарубежная социальная психология. Тексты. М., 1984. С.97-111.

теория конгруэнтности Ч. Осгуда и П. Танненбаума<sup>62</sup> и теории С. Аша<sup>63</sup>, Д. Креча и Р. Крачфилда<sup>64</sup>.

В теории структурного баланса Ф. Хайдера имеется два важных момента: идея баланса (человек стремится к сбалансированной когнитивной структуре) и идея приписывания или каузальной атрибуции. Чем больше недостаток информации об объекте восприятия, тем больше влияние каузальной атрибуции на социальное восприятие. Ф. Хайдер предположил, что социальное восприятие действует по правилам восприятия физических объектов<sup>65</sup>; этот важный вывод заложил основу для развития когнитивной психологии и стимулировал изучение социально-психологических феноменов.

Экспериментальные исследования С. Аша актуализировали идею о **значимости контекста восприятия**, при котором одинаковые характеристики могут восприниматься по-разному одним и тем же субъектом. С. Аш предположил, что изменения контекста может привести не только к эффективным сдвигам образа, но и к изменению всего гештальта<sup>66</sup>.

В 1950-х гг. появилось научно-экспериментальное направление «New Look», объединившее большую группу психологов во главе с Дж. Брунером и Л. Постманом, которые намеревались понять личность через восприятие<sup>67</sup>. В ходе своей работы, Дж. Брунер с коллегами обозначили важный вывод о **социальной обусловленности восприятия**<sup>68</sup>. Ученые сделали акцент на том, что восприятие зависит от потребностей, ожиданий, мотивов и оценки ценности воспринимаемого объекта<sup>69</sup>.

Со временем Дж. Брунер пересмотрел теоретические позиции «New Look», в результате чего, появилась **теория перцептивной готовности**, согласно которой восприятие является одним из видов познавательных процессов, таких как воображение, память или мышление<sup>70</sup>. Человек бессознательно воспринимает объект действительности

<sup>62</sup> См.: Osgood C., Tannenbaum P. The Principle of Congruity in the Prediction of Attitude Change//Psychological Review. V. 62. 1955.

<sup>63</sup> См.: Asch S. E. Forming Impression of Personality//Journal of Abnormal and Social Psychology. V. 41. 1946.

<sup>64</sup> См.: Krech D., Crutchfield R., Ballashey E. Individual in Society. A Textbook of Social Psychology. N.Y., 1962.

<sup>65</sup> Social perception: detection and interpretation of animacy, agency, and intention / edited by M. D. Rutherford and Valerie A. Kuhlmeier. Massachusetts Institute of Technology, 2013. P.8-10.

<sup>66</sup> Андреева Г.М., Богомолова Н.Н., Петровская Л.А. Зарубежная социальная психология XX столетия: Теоретические подходы: Учеб.пособие для вузов. С. 87-93.

<sup>67</sup> Асмолов А.Г. По ту сторону сознания. Методологические проблемы неклассической психологии. М.: «Смысл». 2002. – 480 с. С. 182-184.

<sup>68</sup> Bruner J., Postman L. Perception Cognition and Behavior // Journal of Personality. Volume 18. Issue 1. P. 14–31, September 1949.

<sup>69</sup> Bruner J., Goodman C. Value and need as organizing factors in perception. The Journal of Abnormal and Social Psychology, Vol 42(1), Jan 1947, 33-44.

<sup>70</sup> Bruner J. On perceptual readiness. Psychological Review, (64). 1957. p. 123-152.

посредством соотнесения его признаков с признаками соответствующей категории. Однако, многие объекты внешнего мира имеют сходные признаки, каким тогда образом происходит избирательность восприятия? Для разъяснения перцептивной избирательности Дж. Брунер использовал понятие «**готовность категорий**» – это своего рода настройка на восприятие определенного объекта<sup>71</sup>.

Стоит подчеркнуть два важных аспекта восприятия, **во-первых**, при частом появлении объекта в жизни субъекта готовность категории возрастает, поэтому процесс восприятия становится менее осознанным и менее точным: чаще всего, воспринимая объект в первый раз, и, отнеся его признаки к определенной категории, в будущем сознание облегчает себе работу и по аналогии этот же объект или подобный соотносит с данной категорией объектов без дополнительного осмысления. И **во-вторых**, готовность категорий и непосредственно сам процесс восприятия зависят от психологического состояния субъекта – его мотивов, ожиданий, ценностных ориентаций<sup>72</sup>.

Позднее, в совместной статье Дж. Брунера и Р. Тажиури было представлено исследование «восприятие личности» («person perception»). Они утверждали, что восприятие опосредованно следующими факторами<sup>73</sup>: знание признаков воспринимаемых объектов; избирательное внимание, предполагающее сосредоточенность на чем-либо; набор категорий, отраженных в языке и речи; внутреннее состояние воспринимающего (чувства, мотивы, потребности, ожидания).

На основе концепции восприятия Дж. Брунера появилась «**модель перцептивного континуума**» С. Фиске («the continuum model of impression formation»)<sup>74</sup>. Согласно этой модели, представление воспринимающего формируется в процессе автоматической классификации других индивидов по социальным категориям. Однако, имея достаточную мотивацию и ресурсы, человек может игнорировать свои стереотипы, чтобы узнать индивидуальные черты личности.

Важно отметить, что в западной социальной психологии более употребим расширительный термин «**социальное познание**» («social cognition») нежели социальное восприятие. Исследователи социального познания были озабочены пониманием

---

<sup>71</sup> Брунер Дж. О перцептивной готовности // Хрестоматия по психологии. Психология ощущений и восприятия / под ред. Ю.Б. Гиппенрейтер, В.В. Любимова, М.Б. Михалевской. – М., 1999. С. 134-152.

<sup>72</sup> См. там же.

<sup>73</sup> См.: Bruner J., Tagiuri R. The perception of people, in: Lindzey G. (Ed.), Handbook of Social Psychology. — L., 1959. V. 2.

<sup>74</sup> См.: Fiske S. Social cognition and social perception. Annual Review of Psychology, 1993. V. 44. pp. 155–194.

ментальных репрезентаций социального мира – то как они построены, как сохраняются и как извлекаются. Социальное познание подразумевает изучение<sup>75</sup>:

**1. Межличностного восприятия** («interpersonal perception/person perception») <sup>76</sup>. Концепция межличностного восприятия противопоставляет восприятие «себя» и «других» в качестве альтернативных точек отсчета<sup>77</sup>. Каждый человек, находясь в социальной сфере, позиционирует себя и других согласно собственным представлениям. Межличностная привлекательность, коммуникации и тип поведения опосредованы этими представлениями<sup>78</sup>. Социальная реальность для индивида является продуктом опыта, который кодируется и переходит в организованные когнитивные структуры, регулирующие взаимодействия в будущем<sup>79</sup>.

**2. Восприятия политических объектов и политиков** («perception of political objects and politicians») <sup>80</sup>. Исследователи пытались определить аспекты, лежащие в основе восприятия видных политических деятелей<sup>81</sup>, изучить индивидуальные и групповые различия в восприятии и предпочтениях<sup>82</sup>, спрогнозировать намерения избирателей на выборах<sup>83</sup>.

Наиболее известными западными теориями политического восприятия стали<sup>84</sup>: теория «политических якорей» («the political cue theory») и теория «замещения» («the displacement theory»), в рамках которых рассматривались особенности восприятия политиков и политических партий.

<sup>75</sup> Bodenhausen, G.V., Morales J.R. Social cognition and perception. In I. Weiner (Ed.), Handbook of psychology. Hoboken, NJ: Wiley. 2nd ed., 2013. Vol. 5, pp. 225-246.

<sup>76</sup>См.: Tagiuri, R. Petruzzo, L. (Eds.). Person Perception and interpersonal behavior. Stanford: Stanford University Press, 1958.

<sup>77</sup> Jones, L. E. Construal of social environments: Multidimensional models of interpersonal perception and attraction. In N. Hirschberg & L. G. Humphreys (Eds.), Multivariate applications in the social sciences. Hillsdale NJ: Erlbaum, 1982.

<sup>78</sup> Jones, L. E., Young, F. W. Structure of a social environment: Longitudinal individual differences scaling of an intact group. Journal of Personality and Social Psychology, 1972, pp. 108-121.

<sup>79</sup> Jones E. E., Thibaut, J. W. Interaction goals as bases of inference in interpersonal perception. In R. Tagiuri & L. Petruzzo (Eds.), Person perception and interpersonal behavior. Stanford: Stanford University Press, 1958.

<sup>80</sup>См.: Sherman, R. C., & Ross, L. B. Liberalism-conservatism and dimensional salience in the perception of political. Journal of Personality and Social Psychology, 1972. pp. 120-127.

Stone, L. A., & Coles, G. J. Multidimensional judgment scaling of well-known political figures. Journal of Social Psychology, 1972, pp. 127-137.

<sup>81</sup>См.: Granberg D. Political Perception// Explorations in Political Psychology. Eds. ShantoIyengar, William J. McGuire. Durham, NC: Duke University Press, 1993. P.70.

<sup>82</sup> См.: Tucker L. & Messick S. An individual differences model for multidimensional scaling. Psychometrika, 1963, pp. 333-367.

<sup>83</sup>См.: Shikiar R. The perception of politicians and political issues: A multidimensional scaling approach. Multivariate Behavioral Research, 1974, 9. pp. 461-477.

<sup>84</sup> Granberg D. An Anomaly in Political Perception// The Public Opinion Quarterly. – Vol. 49, No. 4 (Winter, 1985), pp. 504-516.; Granberg D. Political Perception// Explorations in Political Psychology/ Shanto Iyengar, William J. McGuire, editors. – Duke University Press, 1995. – P. 70-112.

**3. Восприятия социальных ролей, отношений и ситуаций** («perception of social roles, relationships, and situations»)<sup>85</sup>. Многие психологи и социологи занимались категоризацией социального поведения, разрабатывали модели для понимания структуры социального поведения, сосредоточились на измерении восприятии межличностного поведения (установлении соответствий между воспринимаемым и реальным поведением). Они пытались ответить на вопрос: «Как социальные отношения воспринимаются, представляются, интерпретируются и запоминаются?»<sup>86</sup>.

Хотелось бы подчеркнуть, что **теоретико-методологические работы по изучению восприятия социальных объектов являются базисом для анализа восприятия политической реальности**, так как политические объекты и субъекты представляют собой специфический вид социальных конструктов.

### Политическое восприятие

Восприятие политических объектов выступает частным случаем социального восприятия. **Политическое восприятие** является процессом отражения в массовом сознании политических объектов и субъектов политики – политических партий, групп и объединений, политических лидеров, политической власти, государств и международных организаций, результатом которого становятся политические образы.

Отечественный политический психолог Е.Б. Шестопап выделяет ряд отличительных особенностей политического восприятия<sup>87</sup>:

- ♦ политическое восприятие в большей степени направлено на отображение объективной действительности, нежели на концептуальные и оценочные интерпретации политических феноменов;
- ♦ политическое восприятие отличается большей слитностью когнитивных и эмоциональных компонентов перцепции;
- ♦ политическое восприятие является опосредованным, чаще всего через средства массовой информации;
- ♦ политическое восприятие, как правило, происходит на уровне массового сознания.

---

<sup>85</sup> См.: Lawrence E. Jones Multidimensional models of social perception, cognition, and behavior. Psychological measurement. Vol. 7, No. 4, Fall 1983, pp. 451-472.

<sup>86</sup> Mischel W. Toward a cognitive social learning reconceptualization of personality. Psychological Review, 1973, 80, pp. 252-283.

<sup>87</sup> Психология политического восприятия в современной России / под ред. Е.Б. Шестопап. – М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2012. – 311 с. С. 15.



Для диссертационного проекта актуально понятие – **политический образ**, представляющее собой отражение подлинных характеристик политического объекта – личности лидера, политической власти, особенности той или иной политической партии<sup>88</sup>, а также крупных политических акторов – государств, международных организаций, транснациональных корпораций.

**Политический образ** имеет **дуалистическую** природу, с одной стороны, он вбирает в себя реальные характеристики воспринимаемого политического объекта или субъекта, с другой стороны, характеристики воспринимающего субъекта, которые выражаются через проекции ожиданий, мотивов, знаний, мнений, стереотипов и других особенностей индивида<sup>89</sup>.

Двойственный характер политического образа вынуждает ученого рассматривать проблему политического восприятия с нескольких теоретико-методологических позиций. Исследователь политического лидерства и проблем личности в политике Ф. Гринстайн подчеркивает, что политическое восприятие детерминировано группами внешних и внутренних условий<sup>90</sup>:

- ♦ Первая группа условий – это политический контекст, социокультурное влияние, особенности политического процесса, информационное пространство и другие.
- ♦ Вторая группа условий – это индивидуальные возможности субъекта восприятия (когнитивные особенности, мотивационно-потребностный профиль и т.д.).

Особого внимания заслуживают работы по восприятию политических лидеров Е.В. Егоровой-Гантман и ее соавторов<sup>91</sup>. Изучая проблему имиджа политиков, они выделили три основных элемента в структуре политического образа: образ-знание, образ-значение и образ будущего. **Образ-знание** выступает как отраженная субъектом восприятия картина реальности, представленная в форме закрепленного знания об объекте. Полнота рассматриваемого элемента зависит от степени информированности о политическом мире (чем она выше, тем больше число характеристик, составляющих образ-знание), от числа характеристик образа и сложности их структуры, от опыта воспринимающего индивида, от мнения экспертов и авторитетных лиц. **Образ-значение** выражается в наличии ценностного содержания у политического объекта для воспринимающей личности. На образ-значение оказывает влияние идеология, создающая определенную систему оценок и суждений.

---

<sup>88</sup> Шестопап Е.Б. Образ и имидж в политическом восприятии: актуальные проблемы исследования// Образы государств, наций и лидеров/ под ред. Е.Б. Шестопап. – М.: Аспект Пресс, 2008. – С. 12-13.

<sup>89</sup> Психология политического восприятия в современной России / под ред. Е.Б. Шестопап. С. 16.

<sup>90</sup> Greenstein, Fred J. Can Personality and Politics Be Studied Systematically// Political Psychology: Key Readings/ ed. by John T. Jost and James Sidanius. – New York: Taylor & Francis Books, 2004. – P. 115.

<sup>91</sup> Егорова-Гантман Е.В., Плешаков К.В. Политическая реклама. М.: Никколо М, 2002. – 232 с.

**Образ потребного будущего** прежде всего сопряжен с ожиданиями и прогнозами о будущем воспринимаемого политического объекта, т.е. речь идет об идеальном образе политика.

Классическая триада психических процессов – когнитивный, эмоциональный и поведенческий может быть экстраполирована на политическое сознание личности, при этом, как справедливо заметил Д.В. Ольшанский, человеческая психика содержит еще один блок – политическое восприятие<sup>92</sup>:

1. **Блок политического мышления** занимается переработкой полученной в процессе восприятия политической информации, с последующим осмыслением и принятием политического решения. Политическое мышление включает в себя когнитивные и эмоционально-оценочные механизмы. Политическое мышление крайне нелогично и подвержено установкам и ценностям.

2. **Блок политических эмоций, чувств и аффектов**, раскрывающий эмоциональную оценку выводов политического мышления. Чем меньше познавательного компонента в поле восприятия, тем больше образ подвержен влиянию эмоций.

3. **Блок политического поведения**, который выходит за пределы психики и представляет собой конкретные политические действия, основанные на воспринятой, переработанной и оцененной информации.

4. В **блок политического восприятия** входит восприятие мира политики как такового и восприятие политической информации, в частности. Политическому восприятию, как и обычному восприятию, присуща **избирательность**, формирующаяся в процессе политической социализации. Особенности политического восприятия связаны с политической культурой, политическим сознанием и самосознанием.

Одним из главных свойств политической психики является ее значительная **инерционность**<sup>93</sup>. Инерция политического восприятия и мышления может проявиться в жесткости, ригидности и стереотипизированности политических отношений, в нежелании изменить механизмы принятия политических решений и невозможности трансформировать систему взглядов и оценок происходящих явлений.

Формирование политических образов сопровождается особыми психологическими **механизмами**: категоризации, идентификация, стереотипизации, каузальной атрибуции, рефлексии, эмпатии и других<sup>94</sup>. Для понимания психологических механизмов большое

---

<sup>92</sup> Ольшанский Д.В. Основы политической психологии. – Екатеринбург: Деловая книга, 2001. – 496 с. С. 45-49.

<sup>93</sup> См. там же. С. 74-80.

<sup>94</sup> Агеев В.С. Межгрупповое взаимодействие: социально-психологические проблемы. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1990. – 240 с. С. 212.

значение имеют: теория социальных представлений С. Московичи<sup>95</sup>, теория социальной идентичности Г. Тэджфела<sup>96</sup>, теория самокатегоризации Дж. Тернера<sup>97</sup>, теория социальных стереотипов У. Липпмана<sup>98</sup>.

**Категоризация** – это процесс распределения воспринимаемых объектов или событий по группам согласно действиям, намерениям и системе установок индивида<sup>99</sup>. Чаще всего, протекая неосознанно, механизм категоризации постоянно сопровождает процесс восприятия политических объектов и событий.

**Идентификация** – понимание и интерпретация политического объекта через осознанное или бессознательное отождествление себя с ним. Идентификация проявляется в двух формах: рациональной через рассуждение и эмоциональной через способность сочувствовать, эмпатировать<sup>100</sup>.

**Каузальная атрибуция** проявляется в разъяснении поведения политического актора с помощью выдвижения гипотез о его мотивах, потребностях, эмоциях, ожиданиях, качествах личности и других опосредующих факторах<sup>101</sup>.

**Рефлексия** – это осознание субъектом того, как он воспринимается другими участниками политических отношений. Рефлексия происходит через взаимное воспроизведение внутренних миров друг друга. Отечественный психолог А.А. Бодалев, занимаясь восприятием и пониманием человека человеком, подчеркивал опосредованность межличностного познания процессами эмпатии и рефлексии<sup>102</sup>. Так, **эмпатия** предполагает процесс постижения эмоционального состояния другого человека.

---

<sup>95</sup>См.: Moscovici S. Notes towards a description of social representations // European Journal of Social Psychology. Chichester, 1988. Vol. 18, № 3. P.230.

<sup>96</sup>См.: Tajfel H. Human groups and social categories: Studies in social psychology. Cambridge, England: Cambridge University Press, 1981.

<sup>97</sup>См.: Turner J.C. Towards a cognitive redefinition of the social group // H. Tajfel (ed.) Social identity and intergroup relations. Cambridge, England: Cambridge University Press, 1982. P. 15–40. Tajfel H., Turner J.C. The social identity theory of intergroup behavior // S. Worchel, W.G. Austin (eds). Psychology of intergroup relations. 2nd ed. Chicago: Nelson-Hall, 1985. P. 7–24.

<sup>98</sup>См.: Липпман У. Общественное мнение / Пер с англ. Т.В. Барчуновой; Редакторы перевода К.А. Левинсон, К.В. Петренко. – М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. – 384 с.

<sup>99</sup>См. там же. С.33.

<sup>100</sup>Социальная психология. Учебное пособие для ВУЗов. Мокшанцев Р.И., Мокшанцева А.В. М., Новосибирск: Инфра-М, 2001. – 408 с. С. 68.

<sup>101</sup>Краткий психологический словарь. — Ростов-на-Дону: «ФЕНИКС». Л.А.Карпенко, А.В.Петровский, М. Г. Ярошевский. 1998. URL: <http://psychology.academic.ru/201> (Дата обращения: 16.06.2016).

<sup>102</sup>Бодалёв А.А. Межличностное познание, децентрация, рефлексия, идентификация, эмпатия и их роль в общении. // Психология общения. Изб. Психологические труды. – М., Воронеж: АПСН, 1986. – 256 с. С. 36-48.

**Стереотипизация** – оценка и классификация воспринимаемых объектов и событий через сопоставление с характеристиками определенной группы на основе социальных стереотипов<sup>103</sup>.

При анализе политического восприятия, характерного для массового сознания, наибольшее значение приобретают психологические **эффекты** межгрупповой дифференциации – ингрупповой фаворитизм и аутгрупповая дискриминация<sup>104</sup>.

**Ингрупповой фаворитизм** проявляется в процессе формирования более положительного политического образа ингруппы, другими словами, индивид чаще всего имеет позитивные представления о политической группе (партийная, элитарная, национальная принадлежность к группе), к которой принадлежит. **Аутгрупповая дискриминация** выражена в пренебрежении членами другой политической группы, и как следствие, наличие скорее отрицательного политического образа аутгруппы.

Эффекты межгрупповой дифференциации могут возникать на когнитивном, эмоциональном и поведенческом уровнях, причем, эффекты ингруппового фаворитизма и аутгрупповой дискриминации могут проявляться как в одном психологическом измерении, так и при нескольких психических процессах<sup>105</sup>. Появление эффектов фаворитизма и дискриминации в процессе формирования политического образа определяется тремя ключевыми факторами: политическим контекстом, характеристикой воспринимаемого политического объекта и особенностями воспринимающего субъекта<sup>106</sup>.

Изучение политического восприятия является логичным продолжением исследовательских традиций познания социального мира, однако политическое восприятие обладает специфическими особенностями, которые связаны с политическим массовым сознанием, как основным носителем политических образов, и с политическими объектами, как сложными властными конструктами мира политики. В рамках теорий социального познания можно обозначить ключевые психологические механизмы и эффекты политического восприятия: механизмы идентификации, категоризации, стереотипизации, каузальной атрибуции, рефлексии; и эффекты межгрупповой дифференциации – ингрупповой фаворитизм и аутгрупповая дискриминация.

---

<sup>103</sup> Головин С.Ю. Словарь практического психолога, Минск.: Харвест, 1998. URL: <http://psychology.academic.ru/2463/стереотипизация> (Дата обращения: 16.06.2016).

<sup>104</sup> Гулевич О.А., Онучин А.Н. Изучение эффектов межгруппового восприятия // Вопросы психологии. – 2002. – № 3. – С. 132-145.

<sup>105</sup> Jackson J. W How variations in social structure affect different types in intergroup bias and different dimensions of social identity in a multi-intergroup setting II Group Processes and Intergroup Relation. 1999. V. 2. P. 145-173.

<sup>106</sup> Гулевич О.А. Психология межгрупповых отношений. – М.: Московский психолого-социальный институт, 2007. – 432 с. С. 276-300.

## Теоретические подходы к исследованию образа страны

В рамках диссертационного исследования нам необходимо рассмотреть основные направления изучения специфики восприятия страны. В массиве теоретических и методологических разработок по исследованию образа страны можно выделить несколько актуальных блоков<sup>107</sup>:

1. **Политико-культурный подход** – нацелен на изучение образа страны сквозь призму политической культуры и менталитета данного общества, которые детерминируют политическую идентичность жителей страны<sup>108</sup>. **Образ страны** в рамках данного подхода – это политические представления о стране, закрепленные в национально-государственной идентичности с помощью ценностей, стереотипов, знаков, символов, фреймов.

2. **Политико-коммуникативный подход** – является наиболее популярным для современной политической науки, его представители рассматривают образ страны как конструкт подвергаемый целенаправленному воздействию в процессе коммуникации<sup>109</sup>. Для политико-коммуникативного подхода свойственно использование терминов «образ государства», «имидж страны» и «национальный бренд»<sup>110</sup>, где **образ государства** отражает взаимодействие образов «друг-враг» в международных отношениях; **имидж страны** – это сформированный по заранее спланированной схеме конструкт политической реальности, который переносится в сознание индивида; **национальный бренд**, который наиболее связан с имиджем, предполагает реализацию позитивных характеристик политического объекта с целью извлечения пользы.

<sup>107</sup> Джгамадзе К.Б. Теоретико-методологические особенности изучения образа страны в массовом сознании // Вестник Кемеровского государственного университета. – 2015. – № 3. – С. 40–44.

<sup>108</sup> См.: Асмолов А. Г. Граждане или подданные: государственная идеология воспитания // Образовательная политика. – 2015. – № 4. – С. 2–4.; Юрьев А.И. Состав, структура, функции изменяющегося образа России в мире глобальных изменений. Режим доступа: <http://www.yuriev.spb.ru/russia/sostav-struktura-russia> (Дата обращения: 07.03.2015); Гаджиев К.С. К вопросу о геополитической идентичности России в современном мире // Власть. – 2011. – №6. – С.4-10.; Зверев А.Л. Государственный символизм в образе современной России // Образы государств, наций и лидеров/ под ред. Е.Б. Шестопаля. – М.: Аспект Пресс, 2008. – С. 87.; Евгеньева Т.В. Национально-государственная идентичность современной российской молодежи: структурное измерение и политико-психологические особенности // Перспективы развития политической психологии: новые направления: Материалы Международной научной конференции 22-23 октября 2010 г. / Под ред. Е.Б. Шестопаля. – М.: Издательство Московского университета, 2012. – С.199-205.;

<sup>109</sup> См.: Boulding K. The Image: Knowledge in Life and Society. Ann Arbor, MI, 1997.; Cottam R. Foreign policy motivation: general theory and a case study. Pittsburgh: Pittsburgh University Press. 1977. P. 63.; Herrmann R.K. Image Theory and Strategic Interaction in International Relations // Oxford Handbook of Political Psychology / Ed. by D.O. Sears, L. Huddy, R. Jervis. Oxford, 2003. P. 285-314.; Гринберг Т. Э. Коммуникации в управлении имиджем и репутацией: корреляция понятий // Медиа альманах. – 2013. – № 2 (55). – С. 6–11.; Глинская Ирина Юрьевна Проблема формирования бренд-имиджа «Россия» и пути ее решения // Социология власти. – 2010. – №6. – С.92-98.; Федякин А.В. Политика формирования позитивного образа государства: региональное измерение. Монография. – М.: МИИТ, 2010. – 320 с.; Киселев И.Ю., Смирнова А.Г. Образ государства и принятие решений в международных отношениях: Учеб. пособие. СПб., 2004. С. 65-80.

<sup>110</sup> Гравер А.А. Образ, имидж и бренд страны: понятия и направления исследования // Вестн. Том. гос. ун-та. Философия. Социология. Политология. – 2012. – №3 (19). – С.29-45.

В западной политической науке активно используется понятие брендинга страны («nation branding»), целью которого является создание ясной, простой, непохожей идеи, которая может вербально и визуально пониматься различной аудиторией в самых разных ситуациях<sup>111</sup>. Под брендом страны понимается восприятие массовым сознанием национальных компетенций<sup>112</sup>: народа, системы государственной власти, национальной культуры и наследия, туризма, экспорта, инвестиций и иммиграции. Бренд страны состоит из отдельных частей<sup>113</sup>: национальной идентичности, предполагающей создание эмоциональной связи между гражданами страны; «опорной точки», обеспечивающей контекстуальную рамку для сравнения с другими странами; сконструированного имиджа; реального и идеального образа страны.

Изучение национального брендинга видится весьма привлекательным, особенно это актуально для государств, стремящихся достигнуть политического влияния на международной арене<sup>114</sup>. Стоит подчеркнуть, что бренд страны обеспечивает решающее конкурентное преимущество в осуществлении «soft power»<sup>115</sup>.

**3. Политико-географический подход** – изучает географический образ страны, вбирающий в себя характеристику территории, исторического контекста, национального состава, политико-территориальных символов и маркеров<sup>116</sup>. Образ страны представлен политическими представлениями о территории и ее жителях.

**4. Политико-психологический подход** – сочетает в себе признаки других подходов и ориентирован на анализ психологических механизмов политического восприятия, многофакторного исследования образа страны с акцентом на психологических особенностях политических акторов<sup>117</sup>. Образ страны является спонтанным крайне

---

<sup>111</sup> Fan, Y., Branding the Nation: What is Being Branded? // Journal of Vacation Marketing, Volume 12, Issue 5, 2006, pp. 5-14, p.6.

<sup>112</sup> Anholt, S., What is a Nation Brand? URL: [https://docviewer.yandex.ru/?url=http%3A%2F%2Fwww.superbrands.com%2Fturkeysb%2Ftrcopy%2Ffiles%2FAnholt\\_3939.pdf&name=Anholt\\_3939.pdf&lang=en&c=5834491062e7](https://docviewer.yandex.ru/?url=http%3A%2F%2Fwww.superbrands.com%2Fturkeysb%2Ftrcopy%2Ffiles%2FAnholt_3939.pdf&name=Anholt_3939.pdf&lang=en&c=5834491062e7) (Дата обращения: 22.11.2016)

<sup>113</sup> Stock, F., Identity, Image and Brand: A Conceptual Framework // Place Branding and Public Diplomacy, Volume 5, No. 2, 2009, pp. 118-125, pp. 122-23.

<sup>114</sup> Simons G. Nation branding and Russian foreign policy // Tractus aevorum. – 2015. – №2 С.204-225.

<sup>115</sup> Garingalao N. Branding the National Interest. URL: <https://docviewer.yandex.ru/?url=http%3A%2F%2Fwww.culturaldiplomacy.org%2Facademy%2Fcontent%2Fpdf%2Fparticipant-papers%2F2011-symposiumusa%2FBranding-the-National-Interest--Nicole-Garingalao.pdf&name=Branding-the-National-Interest--Nicole-Garingalao.pdf&lang=en&c=58345583888b> (Дата обращения: 22.11.2015).

<sup>116</sup> См.: Trowbridge G. On fundamental methods of orientation and «Imaginary maps» // Science, vol. 88, 1913.; Семенов-Тянь-Шанский В.П. Район и стран. – М.-Л.: Госиздат, 1928.; Голд Дж. Психология и география. Основы поведенческой географии / Дж. Голд; Пер. с англ. – М.: Прогресс, 1990. – 302 с.; Михайлов Н.Н. Образ места // Вопросы географии. - М.: 1948. Сб. 10. С. 193-198.; Васильева Г.М. Культурно-географический образ России в лингвокультурологическом аспекте / Г.М. Васильева, О.В Ротмистрова. – СПб.: Изд-во СПб гос. ун-та водных коммуникаций, 2011. – 198 с.

<sup>117</sup> См.: Бокова Н.Б. Политико-психологический анализ образа России в массовом сознании граждан КНР: дис. ... канд. полит. наук: 19.00.12. - М., 2011.; Пищева Т.Н. Образ России в стране и в мире: научные

субъективным конструктом психики человека и представлен на осознаваемом и неосознаваемом уровнях восприятия.

Представленное диссертационное исследование опирается на политико-психологический подход и рассматривает **образ страны** как субъективное отражение территории, социальных и экономических условий, политической власти, лидеров, народа, политической культуры и других аспектов воспринимаемого объекта в индивидуальном, групповом и массовом сознании.

В рамках политико-психологического подхода и согласно исследовательским задачам, мы используем категорию – «образ страны». При этом, важно понимать, что **образ страны и образ государства не тождественные понятия**: «страна» вбирает в себя и политические, и культурные (менталитет, обычаи и язык) элементы<sup>118</sup>; в свою очередь, «государство» представляет собой ядро политической системы общества, главный системообразующий фактор и элемент<sup>119</sup>. В концептуальном плане «страна» является более широким понятием для исследования – образ страны наполнен политическими представлениями о государстве, как системе властных институтов и геополитическом акторе международных отношений, и о народе, как носителе политической культуры и менталитета.

Образ государства изучают крупнейшие зарубежные и отечественные ученые: К. Боулдинг, обозначивший понятие «national image» (образ государства)<sup>120</sup>; Р. Коттам, разработавший четырехмерную перцептивную схему (угроза, возможность, культура и способность)<sup>121</sup>; Р. Херрманн, который модифицировал схему Р. Коттама и ввел дополнительные типы государств («образ варвара», «образ зависимого союзника» и «образ спутника врага»)<sup>122</sup>; И.Ю. Киселев<sup>123</sup> и А.Г. Смирнова<sup>124</sup>, занимающиеся образом

---

исследования в современной политической психологии // От истоков к современности. – 2015. – С. 451–453.; Шестопап Е.Б., Губченко В.А., Джамалудинов Ш.З., Джгамадзе К.Б., Тумысов И.А. Образы Евросоюза в России: проблемы восприятия // Полис. Политические исследования. – 2016. – № 3. – С. 12–24.

<sup>118</sup> География. Современная иллюстрированная энциклопедия. Под редакцией проф. А. П. Горкина — М.: Росмэн.2006. URL: [http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc\\_geo/7187/страна](http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_geo/7187/страна) (Дата обращения: 27. 01.2016).

<sup>119</sup> Мелехин А.В. Теория государства и права: учеб. / А. В. Мелехин. – М.: Маркет ДС, 2007. – 640 с. С. 76.

<sup>120</sup> Boulding K. National Images and International Systems // Journal of Conflict Resolution. 1959. N.3. P. 120-131.

<sup>121</sup> Cottam R. Foreign policy motivation: general theory and a case study. Pittsburgh: Pittsburgh University Press. 1977. P. 63.

<sup>122</sup> Herrmann R.K. Image Theory and Strategic Interaction in International Relations // Oxford Handbook of Political Psychology / Ed. by D.O. Sears, L. Huddy, R. Jervis. Oxford, 2003. pp. 285-314.

<sup>123</sup> Киселев И.Ю. Изменение образов государств после окончания «холодной войны» // Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова. – 2012. – № 2. – С. 12-15.

<sup>124</sup> Смирнова А.Г. Механизмы конструирования угрозы в межгосударственных отношениях: дис. ... д-р. соц. наук: 22.00.05. – СПб, 2013.

государства в международных отношениях; А.В. Федякин<sup>125</sup>, описавший модель формирования позитивного образа российского государства, и многие другие.

Кафедра социологии и психологии политики факультета политологии МГУ имени М.В. Ломоносова под руководством Е.Б. Шестопаля активно развивает российскую школу политической психологии. С начала 1990-х годов исследователями накоплен значительный теоретический и эмпирический материал по проблеме «политических образов». В качестве теоретико-методологической основы коллектив ученых использует многосоставную психологическую структуру политического образа<sup>126</sup>:

1) Политический образ рассматривается на **осознаваемом** и **неосознаваемом** уровнях восприятия<sup>127</sup>. Осознаваемый политический образ содержит понятые характеристики воспринимаемого объекта, а также отражает когнитивные возможности субъекта, сопряженные с вербальными (словесными) средствами коммуникации. В свою очередь, на неосознаваемом уровне преобладают эмоциональные психические процессы, скрытые настроения, реакции и установки. Неосознаваемый образ преимущественно выражается через визуальную коммуникацию (символы, ассоциации с цветом, животным, какими-либо объектами).

2) В политическом образе выделяются три компонента – **привлекательность, сила и активность**<sup>128</sup>. За основу взята концепция изучения личности Ч. Осгуда с применением метода семантического дифференциала<sup>129</sup>. Ученый выделял три группы факторов: оценки (хороший/плохой), активности (активный/пассивный) и силы (сильный/слабый). Эксперименты показали универсальность выделенных факторов по отношению к разным испытуемым и различным видам объектов<sup>130</sup>.

3) Политический образ имеет **визуальные** и **вербальные** компоненты<sup>131</sup>. Именно через зрительную систему проходит большая часть информации о внешнем мире, в дальнейшем, формирующаяся в образы. С помощью современных средств передачи информации (телевидение, Интернет) политическое сообщение быстро усваивается реципиентами, чаще всего, закрепляясь в психике в форме картинки или символа.

<sup>125</sup> Федякин А.В. Политика формирования позитивного образа государства: региональное измерение. Монография. – М.: МИИТ, 2010. – 320 с.

<sup>126</sup> Путин 3.0: общество и власть в новейшей истории России: Монография / под ред. Е.Б. Шестопаля. – М.: АРГАМАК-МЕДИА, 2015. – 420 с. С. 15-19.

<sup>127</sup> См.: Букреева О.В. Сравнительный анализ рационального и бессознательного компонентов образов власти в современной России: дис. ... канд. полит. наук: 19.00.12. – М., 2013.

<sup>128</sup> См.: Смутькина Н.В. Особенности восприятия российских политических лидеров в ходе президентской избирательной кампании: дис. ... канд. полит. наук: 19.00.12. – М., 2014.

<sup>129</sup> Osgood Ch. Semantic Differential Technique in the comparative Study of cultures // American Anthropology. – 1964. – V. 66.

<sup>130</sup> Osgood Ch. Studies on generality of affective meaning system // Amer. Psychol. – 1962. – V.17.

<sup>131</sup> См.: Нестерова С.В. Визуальные и вербальные характеристики образов власти// Политическая психология: Хрестоматия/ Сост. Е.Б. Шестопаля. 3-е изд., испр. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2007. – С. 401-412.



Визуальные компоненты редко поддаются рационализации, в отличие от вербальных, последние представлены знаковой системой языка. Собственно, человеческая речь описывает результаты восприятия (образы), в соответствие со сложившимися социальными нормами.

4) Для анализа политического образа большую роль играет сопоставление **реальных** и **идеальных** компонентов образа<sup>132</sup>. Между реальным объектом восприятия и его идеальной проекцией в сознании воспринимающего находится ценностный вакуум. Его преодоление дает возможность улучшить показатели политического объекта.

5) Еще одной исследовательской единицей является **темпоральный** политический образ, предполагающий взгляд на политический объект сквозь время. Темпоральный образ включает в себя образ-прошлого, образ-настоящего и образ-будущего<sup>133</sup>.

Описанная конструкция политического образа подтверждает свою функциональность на практике: политические психологи исследуют образы политиков<sup>134</sup>, власти<sup>135</sup>, политических партий<sup>136</sup> и стран<sup>137</sup>. Важно подчеркнуть, что структурная модель политического образа применима как в целом для исследования образа страны, так и для понимания входящих в него **элементов**, к которым относятся<sup>138</sup>: образ территории (географический образ), образ народа, образ политической власти и образ лидера.

Из вышеописанного следует, что в научной литературе существует значительное знание об особенностях формирования образа страны, которое условно можно разделить на четыре группы: политико-культурный, политико-коммуникативный, политико-территориальный и политико-психологический подходы. Выбранный нами политико-психологический подход позволяет изучить целостные перцептивные представления о стране и объяснить почему они наполнены тем или иным смыслом. Стоит отметить, что в

<sup>132</sup> См.: Смулькина Н. В. Образ электорально привлекательного политика: идеальное в реальном // Сборник материалов всероссийской научной конференции "Власть, бизнес, гражданское общество в условиях модернизации России: институты, стратегии и практики политического сотрудничества". – РИЦ МГУ им. М.А. Шолохова Москва, 2013. – С. 226–227.

<sup>133</sup> Пищева Т.Н. Политические образы: проблемы исследования и интерпретации // Полис. Политические исследования. – 2011. – № 2. – С. 47–52.

<sup>134</sup> Шестопап Е.Б. Восприятие В.В. Путина российскими гражданами: 15 лет пребывания во власти // Полис. Политические исследования. – 2015. – № 6. – С. 68–80.

<sup>135</sup> Исторические особенности восприятия российской власти / Е. Шестопап, С. Ахматнурова, И. Богдан и др. // Историческая психология государственного управления. – 2014. – № 1. – С. 41–57.

<sup>136</sup> Палитай И.С., Затонских А.В. Динамика влияния образов партийных лидеров на образы политических партий // Путин 3.0: общество и власть в новейшей истории России. – АРГАМАК-МЕДИА Москва, 2015. – С. 281–292.

<sup>137</sup> Виноградова Н.С. Политическое восприятие России в англо-американских печатных СМИ // Перспективы развития политической психологии: новые направления // Материалы Международной научной конференции 22-23 октября 2010 г. / Под ред. Е.Б. Шестопап. – 2012. – С. 467–473.

<sup>138</sup> См.: Габдрахманова Л.А. Особенности восприятия Республики Татарстан в России и за рубежом: дис. ... канд. пол. наук: 19.00.12. – М., 2011. – С. 65–66.; Виноградова Н.С. Политико-психологический анализ образа России в англо-американских печатных СМИ (исследование 2008-2009 гг.): дис. ... канд. пол. наук: 19.00.12. – М., 2010. С. 26–49.

политической психологии недостаточное внимание уделяется специфике восприятия страны своими гражданами и субъектному аспекту формирования образа страны.

### **Выводы по параграфу 1.1.**

Авторский анализ зарубежной и отечественной научной литературы позволил логически проследить эволюцию изучения психологического феномена восприятия: от объектов социального мира – к восприятию политических объектов, в частности исследованию образа страны. Таким образом, основными выводами по параграфу являются:

**Во-первых**, проблема восприятия как одного из видов психической деятельности индивида имеет острую актуальность на протяжении нескольких веков развития гуманитарного знания. И на сегодняшний день, в рамках политической психологии, особую ценность имеют работы по исследованию политического восприятия страны, как наиболее значимого политического объекта.

**Во-вторых**, политическое восприятие – это чувственное отражение политической реальности в сознании воспринимающего субъекта. Структура политического восприятия представлена центральными элементами: субъект восприятия (индивидуальное, групповое и массовое сознание), воспринимаемый объект (политический лидер, политическая партия, политическая элита, страна и другие объекты), непосредственно процесс восприятия и политический образ.

**В-третьих**, политическое восприятие является частным случаем социального восприятия, поэтому на политическое восприятие распространяются все принципы, теории и феномены социального восприятия. Для анализа особенностей восприятия политических объектов большое значение имеют: теория перцептивной готовности, теория структурного баланса, модель перцептивного континуума, теория социальной идентичности, теория самокатегоризации и теория социальных представлений. Изучение политического восприятия сопряжено с анализом механизмов и эффектов межличностного восприятия: механизмы идентификации, категоризации, стереотипизации, каузальной атрибуции и рефлексии; эффекты межгрупповой дифференциации (ингрупповой фаворитизм/аутгрупповая дискриминация).

**В-четвертых**, образ страны является одним из важнейших политических образов, входящих в структуру массового политического сознания. Под образом страны понимается субъективное отражение территориальных, социальных и экономических условий, политической власти и политических лидеров, народа в целом и отдельных этносов,

политической культуры и других аспектов воспринимаемого объекта. Изучение образа страны осуществляется в рамках четырех основных подходов – политико-культурного, политико-коммуникативного, политико-территориального и политико-психологического подхода. Для нашего исследования был выбран политико-психологический подход, который позволяет изучить факторы влияния на формирование внутреннего образа страны и ответить на вопрос: «Какие психологические характеристики субъекта опосредуют восприятие своей страны?».

## 1.2. Политико-психологическое понимание структурных компонентов образа России

В работе мы опираемся на политико-психологический подход, раскрывающий дифференцированность и одновременно единство входящих в образ страны элементов. Восприятие такого крупного политического объекта как страна связано с понятием гештальта, наполненного единицами политических представлений о стране. В нашем исследовании политическим объектом является Россия, образ которой запечатлен в сознании россиян. Несмотря на дисперсионный характер образа страны, «гештальт России» является целостным психологическим образованием. Образ России как крупный гештальт включает в себя<sup>139</sup>:

- ♦ представления о жизненном пространстве;
- ♦ представления о времени (прошлое, настоящее и будущее);
- ♦ образ себя через харизматические личности (харизма лидера, героя, «звезды») и образ другого (друг-враг);
- ♦ представления об информационном пространстве;
- ♦ представления о духовном мире.

Результатом субъективного восприятия «себя», народа, власти, лидеров, территорий, исторических событий, информационного пространства и других объектов становится **образ страны**, который постоянно находится в движении и трансформации. Анализ восприятия страны требует мультизадачного исследовательского подхода, который способен отразить полноту структурных компонентов образа страны и их крепкую взаимосвязь в поле политических коммуникаций. Мы полагаем необходимым проанализировать теоретические основания изучения образов истории, территории, народа, власти и лидера, как элементов «гештальта Россия».

---

<sup>139</sup> Матвеева Л.В. Образ России в информационном пространстве. Сборник материалов к Всероссийской конференции «Современный образ России: проблемы и решения» / Под общ. ред. Ю.П. Зинченко, Л.В. Матвеевой. – М., МГУ имени М.В. Ломоносова, 2008. С. 17-33.

В научной литературе по проблеме восприятия страны сложилась теоретико-методологическая традиция рассматривать феномены восприятия истории, территории и народа совместно, не разделяя эти психологические конструкты. Мы считаем это не совсем верным решением в рамках исследования субъектного аспекта восприятия России, так как образ территории, образ истории и образ народа являются самостоятельными политико-психологическими образованиями, на которые отпечатываются личностные особенности воспринимающего индивида. В политических представлениях индивида существуют территориальный образ России, исторический образ России и образ национального самовосприятия, обладающие различными ролевыми назначениями и гармонично вписанные в субъектную картину мира.

### Образ территории

Поведенческая география рассматривает географический объект через призму пространственного и атрибутивного знания. Пространственное знание включает в себя информацию о площади территории, ее границах, соседстве различных географических объектов и других представлениях относительно структуры географического пространства. В свою очередь, атрибутивное знание связано со стереотипами географических объектов, наделенных самыми разными физическими и функциональными свойствами.

Согласно Д.Н. Замятину, **географический образ** является «системой взаимосвязанных и взаимодействующих знаков, символов, архетипов и стереотипов, ярко, и в то же время достаточно просто характеризующих какую-либо территорию (место, ландшафт, регион, страну)»<sup>140</sup>. Образ территории представляет собой «матрешку» – внутренний «стержневой» образ окружают поддерживающие и дополняющие его образы.

Устойчивый географический образ прекрасно «впитывает» в себя прошлое, а точнее разнообразные истории личного и коллективного характера, которые относятся в личном и коллективном сознании к соответствующей территории. Образ российской территории отражает пестрое геополитическое пространство страны, вбирающее в себя самостоятельные образы отдельных территорий России. Так, несмотря на гетерогенность географического образа России (сочетание крайне далеких друг от друга иллюзий, мифов, архетипов и стереотипов, связанных с территориями бывших СССР и Российской

---

<sup>140</sup> Замятин Д.Н. Гуманитарная география: пространство, воображение и взаимодействие современных гуманитарных наук // Социологическое обозрение. – 2010. – Т. 9. – № 3. – С. 26-50.

империи), образ территории демонстрирует свою функциональность в изменяющихся социокультурных условиях постсоветского пространства<sup>141</sup>.

В своих работах Д.Н. Замятин с политико-географической позиции описывает особенности развития российского пространства<sup>142</sup>. **Во-первых**, географический образ России формировался как некий «ментальный продукт» господствовавших в российских обществах социально-политических групп, которые определяли дискурс геополитического развития страны в XVII-XX вв. Именно в это время закрепляется имперское понимание российского пространства – огромная, беспрецедентная территория России нуждается в дальнейшем расширении. Географический образ России приобрел возможность бесконечно умножать свое пространство, что очень болезненно сказалось на восприятии территориальных потерь в российской истории. Образ неделимой и единой России перекрывает представления о политико-административном делении государства и ведет к неразличимости российских регионов.

**Во-вторых**, российское пространство само по себе является важным властным ресурсом. Обширная территория России затрудняет политические коммуникации между ее субъектами, даже технологическое развитие не уменьшает расстояний между центром и периферией в вопросах принятия решений на местах. Географический образ России предстает «неповоротливым государством с неизведанными и неосвоенными до сих пор пространствами».

В качестве особенностей географических образов В.А. Колосов называет инертность, многослойность, противоречивость, территориальность, наличие «физических» маркеров пространства и связь с картографическим изображением<sup>143</sup>.

**Инертность** географических образов связана с тем, что они трансформируются намного медленнее, чем реальность, однако остаются в сознании намного дольше, чем географические показатели, на которых строятся. Географический образ **многослойный** так как одновременно ориентирован на разных адресатов и по-разному отражается в сознании отдельных социальных групп. Относительно одного и того же географического объекта в сознании людей могут существовать **противоречивые**, кардинально разнящиеся представления, которые актуализируются в зависимости от обстоятельств. В географическом образе существуют представления о границе **территории**, которая не

---

<sup>141</sup> Замятин Д.Н. Географический образ России и постсоветские языковые идентичности // Космополис. – Весна 2008. – № 1 (20). – С. 98-105.

<sup>142</sup> Замятин Д.Н. Политико-географические образы российского пространства // Вестник Евразии. – 2003. – №4. – С.34-45.

<sup>143</sup> Колосов В.А. Географические образы и геополитические представления: пути формирования и подходы к изучению // Вестник ДВГСГА Сер. 1. – 2008. – № 1 (1).

только создает контакты между соседними территориями, но разделяет мир на «своих» и «чужих». Территории особым образом **«помечаются»** посредством установления флага или герба, использования определенной цветовой гаммы. Географический образ связан с **картографическим изображением** – именно очертания на карте вносят зримость и узнаваемость территории.

Примечательно, что в массовом сознании географические образы способны формироваться как стихийно, так и намеренно подвергаться трансформации и корректировке. В.А. Колосов справедливо заметил, что на формирование образа территории влияют коммуникативные факторы: система образования, как агент социализации; средства массовой информации, как модератор устойчивых образов-клише; Интернет, как особый инструмент коммуникации; и реклама, как орудие культурного потребления.

В исследованиях геополитического видения мира российскими гражданами В.А. Колосов использовал группировку стран по привлекательности / непривлекательности с применением индекса «известности»<sup>144</sup>. «Заметность» страны на ментальной карте мира и образ страны зависят от ее «объективного» места в геополитическом пространстве, интенсивности и характера ее внешних контактов. Как показали результаты его исследования: «Россия относится к числу наиболее известных государств, однако по привлекательности ее нередко ставят в конец списка»<sup>145</sup>. Географический образ России обладает потенциалом известности, однако, пространственное самовосприятие россиян демонстрирует «геополитическое одиночество», природа которого коренится в представлениях о России – как об уникальной культурной общности, идущей по своему пути развития, как о крепости, осажденной недружественными силами.

Географический образ России, анализируемый Г.М. Васильевой и О.В. Ротмистровой в лингвокультурологическом аспекте, представляет собой гетерогенный стереотипный образ обширной, пустынной, северной страны, с размытыми государственными границами<sup>146</sup>. К параметрам, определяющим географическое пространство России относятся<sup>147</sup>:

- ♦ значительный размер территории;

<sup>144</sup> Колосов В. А., Зотова М. В. Геополитическое видение мира российскими гражданами: почему Россия не Европа? // Полис. Политические исследования. – 2012. – № 5. – С. 170-186.

<sup>145</sup> Колосов В.А. Политическая география и геополитика. Социально-экономическая география в России / под общей редакцией П.Я. Бакланова и В.Е. Шувалова. Русское географическое общество. Владивосток: Дальнаука, – 2016. – 326 с. – С.87-92.

<sup>146</sup> Васильева Г. М., Кожевникова М. Н., Кузнецов А. Л. Формирование географического образа России у иностранных учащихся на этапе довузовской подготовки // МНКО. – 2014. – №1 (44). – С.18-21.

<sup>147</sup> См.: Васильева, Г.М. Культурно-географический образ России в лингвокультурологическом аспекте: монография / Г.М. Васильева, О.В. Ротмистрова. – СПб., 2011. – 197 с.

- ♦ монотонный, бесструктурный ландшафт и рельеф;
- ♦ пустынность, девственность, нетронутость в степени освоения территории;
- ♦ Евразийское положение;
- ♦ безграничные представления о пространстве;
- ♦ суровые климатические условия.

Занимаясь изучением международного имиджа России, Э.А. Галумов структурирует и выделяет последовательность формирования образа страны. Так, первый этап – проецирование **политико-географического образа**: происходит конденсация главных географических символов, знаков, черт страны в политическом пространстве. В массовом сознании происходит идентификация государства с некоторой частью мира и в определенном окружении государств.

Второй этап, на готовый политико-географический образ ложится привлекательный и свойственный непосредственно для данной страны **природно-ресурсный образ** – как результат основных признаков страны по климатическому, ландшафтному и природному измерению, с учетом национальных богатств и ресурсов.

На третьем этапе происходит образование **цивилизационно-культурного образа** – это характеристика страны в историческом и цивилизационном разрезе, с акцентом на культуре народа, национальных символах и знаковых системах.

Четвертый этап – формирование **социально-ментального образа** народа в виде положительного персонажа; так проявляется идентификация народа с характерными, наиболее типичными социальными и психологическими признаками.

В пятом этапе задействованы экономические символы, знаки, возможности страны, образующие **производственно-экономический образ**. Производственно-экономический образ отражает символы благополучия, могущества и влияния государства, в научном, промышленном, оборонном, производственном и других измерениях.

Шестой этап, **национально-ценностный образ** – происходит уплотнение главных знаков и символов, отражающих интересы государства в отношении национальных целей, задач и идей. Национально-ценностный образ связывает государство и народ с культурно-историческими ценностями, демонстрируемыми на мировой арене и отстаиваемыми в международных отношениях<sup>148</sup>.

Стало быть, для понимания географического образа современной России нам необходимо учитывать ряд фактологических условий. **Во-первых**, Россия занимает первое место в мире по размеру государственной территории, что усложняет психический процесс

---

<sup>148</sup>Галумов Э.А. Международный имидж современной России (политологический анализ): дис. ... д-р.пол. наук: 23.00.04. - М., 2004. – С. 367-370.

ее восприятия, делая географический образ более размытым, стереотипным и дисперсным. **Во-вторых**, географическое пространство России складывалось на протяжении многих веков и характеризуется частыми изменениями как в сторону увеличения, так и уменьшения, подобные колебания влекут к снижению значимости образа отдельных территорий России. **В-третьих**, национальные идеи империализма, державности и особой мировой роли, заложенные в период расцвета российского государства, оказывают влияние на восприятие современной территории России.

В массовом сознании при формировании гештальта страны географический образ России наиболее плотно связан с образом истории и образом российского народа, как основного носителя российской политической культуры и менталитета («души страны»). Образ территории связывает отдельные личности в целостный национальный образ России, являясь, тем самым, необходимым полем для политического восприятия.

**Образ территории – это субъективное представление о геополитическом положении страны, о природно-климатических условиях, ландшафте и животном мире, о социально-экономическом состоянии государства и других территориальных индикаторах.**

### Образ народа

Как один из структурных элементов образа страны, образ народа содержательно и терминологически связан с понятиями «этническое/национальное самосознание» и «этническая/национальная идентичность». В ракурсе диссертационного проекта, мы придерживаемся позиции Ю.В. Бромлея<sup>149</sup>, рассматривая этническое и национальное самосознание как синонимичные понятия. Что же касается терминов «национальное самосознание» и «национальная идентичность», то семантическая проблема заключается в том, что в советский период общественные науки использовали категорию сознания/самосознания, а в российскую научную среду вошел западный эквивалент самосознания – идентичность<sup>150</sup>.

Стоит отметить позицию отечественных социальных психологов С.В. Рыжовой и Г.У. Солдатовой, которые разделяют понятия этническое самосознание и этническая идентичность, делая акцент на социально-политических составляющих самосознания и культурно-психологических составляющих идентичности. Г.У. Солдатова пишет, что этнопсихолог должен рассматривать эти понятия как нетождественные: «...этническая

<sup>149</sup> Бромлей Ю.В. Этнос и этнография. – М., 1973. – 284 с. С. 97.

<sup>150</sup> Тишков В.А. Российский народ: история и смысл национального самосознания / В.А. Тишков; Институт этнологии и антропологии им. Н.Н. Миклухо-Маклая РАН. – М.: Наука, 2013. – 649 с. С. 61-65.



идентичность должна изучаться, во-первых, как концентрированная форма и главная характеристика этнического самосознания и, во-вторых, как его «изнанка» – этническое бессознательное»<sup>151</sup>.

Исследователь Л.М. Дробижева также отмечает, что объем этнического самосознания в большей степени детерминирован когнитивным элементом – знаниями, образованием, уровнем интеллекта, а широта этнической идентичности чаще всего связана с эмоциональным элементом, характеризующим его бессознательную природу<sup>152</sup>.

Учитывая исследовательский интерес в изучении политико-психологических особенностей восприятия страны и методологический инструментарий, мы использовали термин «национальное самосознание».

В классических трудах по этнопсихологии, национальное самосознание раскрывается с помощью познавательного, эмоционального и волевого элементов<sup>153</sup>. Познавательная сторона предполагает осознание личностью: своей национальной принадлежности; своего положения в обществе; персональных интересов и потребностей; социальных норм, культурных традиций и моделей поведения, санкционированных обществом. Эмоциональная сторона – это чувства национальной гордости, чувства собственного достоинства за личные достижения в приумножении благ своей страны. Регулятивная или волевая форма национального самосознания обеспечивает самоконтроль во всех сферах общественной жизни.

Разработкой научного знания в предметном поле этничности занималась В.Ю. Хотинец. Она достаточно детально описала психологическую структуру этнического самосознания<sup>154</sup>:

1. Осознание **особенностей этнической культуры** своей этнической общности, а именно: структурно-пространственные (территория и климат), генетически-временные (происхождение), языковые, производственные (экономика) и соционормативные (право, мораль, обычай) характеристики.

2. Осознание **психологических особенностей своей этнической общности** выражается в статичных (национальный характер и темперамент, моральные убеждения, ценностные ориентации, взгляды, идеалы) и динамичных категориях (национальные настроения, межэтнические установки, аттитюды, чувства, авто- и гетеростереотипы).

<sup>151</sup> Солдатова Г.У. Психология межэтнической напряженности. – М.: Смысл, 1998. – 386 с. С.28.

<sup>152</sup> Дробижева Л.М. Социальные проблемы межнациональных отношений в постсоветской России. – М.: Центр общечеловеческих ценностей, 2003. – 376 с. С. 241.

<sup>153</sup> Гаджиев А.Х. Проблемы марксистской этнической психологии. Ростов на/Д: Изд-во Ростовского ун-та, 1982. С. 114-115.

<sup>154</sup> Хотинец В.Ю. Этническое самосознание. СПб.: Алетейя, 2000. – 240 с. С. 88-102.

3. Осознание тождественности со своей этнической общностью приводит к формированию **этнической идентичности**.

4. В процессе осознания собственных этнопсихологических особенностей складывается **Я-образ** и образ своего поведения, которые привязаны к условиям бытия конкретной этносоциальной общности.

5. Социально-нравственная самооценка или **самоотношение** есть соотношение персональных мнений, установок, ценностей с условиями и нормами своей этнической общности.

Для диссертационной работы большую значимость имеют научные изыскания этносоциолога – Л.М. Дробижевой, исследования которой посвящены проблеме межнациональных отношений, формированию общероссийской идентичности и изменениям в этническом самосознании<sup>155</sup>. Согласно Л.М. Дробижевой, национальное самосознание или «образ мы» является осознанием принадлежности к своему народу, представлениях о его культуре, языке, территории проживания, истории и государственности. Кроме того, в «образ мы» входят автостереотипы (представления о себе), формирующиеся на основе соотнесения с гетеростереотипами (представления о других). Весь перечисленный набор представлений находит отражение в мифах, легендах, литературе, произведениях художественного творчества, в текстах СМИ, выступлениях политических лидеров и др.

Фокус внимания исследователя сосредоточен на психологической структуре национального самосознания (когнитивном, эмоциональном и поведенческом элементах)<sup>156</sup>:

- ♦ индивидуальные ориентации на родной язык, культуру и реальное их функционирование;
- ♦ ориентации на национальных лидеров;
- ♦ отношение к нравственным ценностям, традиционным нормам поведения, территориальным представлениям;
- ♦ динамику этнических чувств («готовность идти на жертвы во имя осознаваемых интересов народа»).

---

<sup>155</sup> Дробижева Л.М. Гражданская идентичность и основания консолидированности российского общества в условиях этносоциального неравенства // Социология и общество: социальное неравенство и социальная справедливость (Екатеринбург, 19-21 октября 2016 года) [Электронный ресурс] Материалы V Всероссийского социологического конгресса / отв. ред. В.А. Мансуров – Электрон. дан. – М.: Российское общество социологов, 2016. С. 4273-4281.

<sup>156</sup> Дробижева Л.М. Социальные проблемы межнациональных отношений в постсоветской России. С. 231-233, 336.

Стало быть, национальное самосознание или «образ мы» трактуется как осознание людьми своей принадлежности к определенной социально-этнической общности и ее положения в системе общественных отношений. Национальное самосознание отражается в национальных ценностях, идеях, интересах, взглядах, настроениях, мнениях, национальной истории и представлениях членов нации о своей идентичности<sup>157</sup>. Национальное самосознание в рамках нашего исследования характеризуется как образ российского народа, на психологическом уровне связанный с представлениями «мы – граждане России» (национально-государственная идентичность) и другими социально-политическими представлениями (семейная, социокультурная, этническая и другие идентичности).

Сегодня мы можем говорить о преодолении кризиса национальной идентичности в России конца XX – начала XXI века. Формирование новых связей между государством и российским гражданином стало возможным благодаря возрождению идей державности и уникальности российской нации в мире. Россиянин стал воспринимать себя и свое место в государстве по-другому, ему уже не стыдно жить в стране полной социальных, экономических и политических противоречий. Именно борьба с внешними угрозами, которые давят на привитую демократическими ценностями личность, заставляет россиянина уважать себя и свою страну. Так, в период международного кризиса, спровоцировавшего ухудшение социально-экономического самочувствия российского населения, стала проявляться потребность в самоактуализации российской нации.

Отечественные социологические исследования (начиная с 2014 года) демонстрируют укрепление общероссийского гражданского самосознания, рост патриотических настроений (лояльность государству и обществу, любовь к Родине) и формирование некой «русскости»<sup>158</sup>. Консолидирующими столпами общероссийского самосознания являются: русский язык; русская культура; родная земля и природа (территориальное пространство); историческое прошлое; обычаи, обряды и другие критерии. В образе российского народа заключены чувства любви, гордости и уважения по отношению к своей стране, которые объединяют людей в полиэтничном государстве.

Учитывая тот факт, что русские являются доминирующим этносом в многонациональном составе Российской Федерации (77,7%)<sup>159</sup>, образ российского народа – это прежде всего образ русского человека, который воспитан в традициях русской культуры, который любит свою Родину, который говорит на русском языке и который

---

<sup>157</sup> Крысько В.Г. Этническая психология. М.: Академия, 2008. – 320 с. С.42-43.

<sup>158</sup> Дробижева Л. М., Рыжова С. В. Гражданская и этническая идентичность и образ желаемого государства в России // Полис. Политические исследования. – 2015. – № 5. – С. 9-24.

<sup>159</sup> Федеральная служба государственной статистики. URL: [http://www.gks.ru/free\\_doc/new\\_site/perepis2010/croc/results2.html](http://www.gks.ru/free_doc/new_site/perepis2010/croc/results2.html) (Дата обращения: 11.01. 2016).

работает честно на благо своей страны. Несмотря на высокие идеалы, образ русского человека заключен в нестабильное поле политического контекста, который может оказать деградирующее воздействие на личность. Однако, в этом и заключается феноменологическая особенность образа российского народа – баланс между добром и злом, в конечном счете с победой социальной справедливости.

**Образ народа – это результат целостного восприятия нации и ее отдельных этносов, традиций и обычаев, политической культуры и менталитета, языка и т.д.** Образ народа, содержащийся в массовом сознании, неразрывно связан с понятием «национальное самосознание» и характеризуется наличием идентификационных связей со своим государством.

### Образ истории

В научной литературе, как правило, субъективные представления об исторических событиях изучаются в рамках территориального образа страны и/или национального самосознания, однако, мы сочли уместным рассмотреть образ истории России как самостоятельный конструкт политического сознания индивида<sup>160</sup>. Хотелось бы отметить, что образ истории как таковой является предметом исследований социальных историков<sup>161</sup> и рассматривается с позиции исторического знания. В данной работе нас интересует содержание образа истории страны и его место в «гештальте России».

Образ истории страны связан с понятием «историческая память», представляющей собой особую форму социальной памяти конкретной нации. Несмотря на то, что история страны – это события в прошлом, знание о них содержится в сознании людей сегодня, осовременивая их и придавая актуальные ценностные ориентации<sup>162</sup>. Пока представления массового сознания о прошлом служат потребностям настоящего, они сохраняются в неизменном виде. Но с течением времени, образы истории трансформируются и все больше отличаются от первоначальных представлений. Образы истории служат некой формой интеграции или дезинтеграции социальных, политических, экономических, культурных, этнических групп, наций и даже государств. Они помогают индивиду ориентироваться во времени и социальном пространстве, обеспечивают фундамент для политической идентичности.

---

<sup>160</sup> Образ России во временной перспективе: монография (Текст) / Под ред. С.А. Гончарова. – СПб., Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 2012. – 347 с. С. 147-206.

<sup>161</sup> См.: Савельева И.М., Полетаев А.В. Знание о прошлом: теория и история. В 2-х тт. Т. 2: Образы прошлого. М.: Наука, 2006. – 749 с.

<sup>162</sup> Панков В.В. История как образ и память // Вестник ОГУ. – 2006. – №9. – С.100-105.

В образе истории страны заключены весьма отрывочные и фрагментарные представления о прошлом, концентрирующиеся вокруг определенных персонажей, событий и периодов истории, имеющих значение для конкретной страны<sup>163</sup>. Наиболее значимыми событиями для массового сознания являются эпизоды политической истории. При восприятии истории страны особенно важным является роль символического и мифологического знания, усвояемого личностью в процессе социализации<sup>164</sup>.

На образ российской истории значительное влияние оказал советский период и свойственная ему коммунистическая идеология, четко определяющая исторические факты и место советского человека в них. В существовавшей картине мира индивида большую роль играли мифы и символы, которые выполняли функции стабилизации и концептуализации массового сознания. В транзитный период 90-х и 2000-х гг. российскому обществу пришлось столкнуться с чрезмерным многообразием взглядов на историю своей страны. Чтобы унифицировать историческое знание о России хотя бы на уровне школьного образования президент В.В. Путин в 2013 году высказал инициативу создания единого учебника по истории России<sup>165</sup>. Примечательно, что рост патриотических настроений 2014-2016 гг. актуализировал интерес российской общественности к истории своей страны<sup>166</sup>.

**Образ истории содержит в себе субъективные представления об исторических событиях страны, о национальных «достижениях» и «поражениях», о символах и мифах, о государственных праздниках и об общественно-политических деятелях.** Образ истории наполняет смыслом образ страны, определяет коммуникативное значение других политических образов в «гештальте России», он опосредует формирование политической идентичности. Образ российской истории несет в себе модель политического поведения для акторов политики.

### **Образ власти**

Большое внимание изучению образа политической власти уделяется коллективом авторов школы политической психологии Е.Б. Шестопал. Согласно их исследованиям,

---

<sup>163</sup> Савельева И.М., Полетаев А.В. Теория исторического знания: Учеб. Пособие. – СПб.: Изд-во «Алетейя. Историческая книга», 2007. – 523 с. С. 475-476.

<sup>164</sup> Евгеньева Т.В. Символика советского прошлого в конструировании образа будущего // Вестник Московского университета. Серия 12: Политические науки (ранее: Теория научного коммунизма; Социально-политические исследования). – 2016. – № 2. – С. 101–102.

<sup>165</sup> Комсомольская правда: Вместо единого учебника появились целых три. URL: <http://www.kp.ru/daily/26385.5/3263417/> (Дата обращения: 05.12.2016).

<sup>166</sup> ВЦИОМ: Глава ВЦИОМ прочитал участникам «Территории смыслов» лекцию об истории России. URL: <http://wciom.ru/index.php?id=241&uid=115759> (Дата обращения: 05.12.2016).

образы власти отличаются <sup>167</sup> : с одной стороны, изменчивостью, что связано с индивидуальными действиями политиков и с колебаниями общественного мнения (политические кризисы, массовые настроения); с другой стороны, глубинные пласты образов характеризуются устойчивостью, так как большая часть коллективных представлений о власти связана со спецификой национальной политической культуры.

В исследовательскую модель анализа образов власти входят параметры <sup>168</sup> : рациональный и бессознательный; когнитивный, эмоциональный и поведенческий; привлекательность-непривлекательность, сила-слабость и активность-пассивность. При этом, ключевую роль в политико-психологическом анализе образа власти играет изучение личностных особенностей тех, кто воспринимает власть, а именно:

- ♦ потребности граждан, которые власть наделена полномочиями удовлетворять;
- ♦ ценностно-нормативные представления индивидов, влияющие на процесс восприятия;
- ♦ личностные особенности субъекта восприятия, включая их социально-демографические, биографические, семейные обстоятельства формирования личности.

Для измерения политической поддержки власти авторский коллектив использует психологические индикаторы: доверие; симпатия; готовность выступить в защиту политического лидера, властного института и т.д.; выделение гражданами политиков, оказывающих существенное влияние на политический процесс; разграничение власти – определение, что является властью, а что нет, включая оппозицию.

Масштабный кафедральный проект по исследованию образов российской власти содержит уникальное теоретико-методологическое описание характера восприятия политической власти в России<sup>169</sup>. Анализ темпорального аспекта образа российской власти позволяет говорить об определенных политико-психологических закономерностях восприятия властных отношений<sup>170</sup>:

**Во-первых**, временная отдаленность субъекта от воспринимаемого объекта не влияет на аффективную окраску образа политической власти: образ правления Б.Н.

<sup>167</sup> Образы российской власти: от Ельцина до Путина / Под ред. Е.Б. Шестопал. – М.: РОССПЭН, 2009. – 416 с. С. 16-34.

<sup>168</sup> Осознаваемый уровень изучался с помощью закрытых вопросов в глубинном интервью и анкете, а неосознаваемый – через интерпретацию «незаконченных предложений» глубинного интервью и проективного теста «Рисунок власти».

<sup>169</sup> Научно-исследовательский проект «Образы власти и лидеров современной России» 2014-2019 гг. URL: <http://istina.msu.ru/projects/8606496/> (Дата обращения: 13.05.2016).

<sup>170</sup> Путин 3.0: общество и власть в новейшей истории России: Монография / под ред. Е.Б. Шестопал. С. 93-111.

Ельцина оценивается максимально негативно в сравнении с другими периодами последних ста лет российской истории.

**Во-вторых**, в российском обществе наблюдается раскол аффективного восприятия власти: постсоветские периоды истории оцениваются неоднозначно – примерно поровну россияне воспринимают власть положительно и отрицательно.

**В-третьих**, когнитивная наполненность и четкость образа власти коррелирует с темпоральным аспектом восприятия: образ российской власти советского и ельцинского периодов демонстрирует когнитивную бедность и нечеткость в сравнении с современными представлениями о российской власти.

**В-четвертых**, на образ власти проецируются поведенческие характеристики воспринимающего индивида: в советский период массовое сознание испытывало потребность в принадлежности и любви, в ельцинский – потребность в самоактуализации и в современный – потребность в безопасности.

Выявлением набора качеств, характерных российской власти занимался творческий коллектив во главе с И.В. Задориным. Для решения поставленной задачи, они использовали следующие параметры: восприятие власти в целом и отдельных ее свойств и качеств; общественный запрос на конкретные качества власти; представления населения об «идеальной» власти; ожидания населения по поводу качеств власти; представления населения об общих принципах формирования власти<sup>171</sup>. Работа исследовательской группы ЦИРКОН по анализу восприятия российской власти в середине 2010-х гг., начале 2020 гг. описывает устоявшиеся тренды образа власти в России<sup>172</sup>:

- ♦ образ российской власти несет в себе патерналистскую модель перцептивного понимания государственной власти, интериоризированной в потребности «забота о народе» и «справедливость»;
- ♦ доверие к президенту как главному политическому лидеру страны является стабилизирующей и легитимирующей платформой для образа власти;
- ♦ для российского общества политические решения власти лежат в плоскости непонимания, вызывая увеличение пропасти коммуникации между институтами власти и простым народом;
- ♦ восприятие реальной политической власти в России связано с социально-политическими проблемами коррумпированности, несправедливости и слабой развитости закона.

---

<sup>171</sup> Задорин И.В., Шубина Л. В., Комисаров А.А., Халкина Е.В., Зайцев Д.Г. Качество и качества власти: восприятие населения // *Полития: Анализ. Хроника. Прогноз.* – 2005. – № 2. – С. 96-115.

<sup>172</sup> *Качества власти: восприятие и представления населения // «Полития».* – 2011. – №4. – С. 112-135.

Исследованием актуального состояния социальных представлений о российской власти занимается Н.А. Романович. «Образ власти – это некая система представлений о власти в обществе, включающая понятия о ее сущности, функциях, структуре, а также ожидания от власти определенных социально-политических действий»<sup>173</sup>. Ключевым звеном анализа в работах Н.А. Романович являются характерные для российской власти признаки<sup>174</sup>:

- ♦ **персонифицированность** – форма и специфика управления определяется характером носителя власти (его личностными особенностями);
- ♦ **централизованность** – вектор власти в России направлен «сверху вниз»;
- ♦ **иерархичность** – в сознании россиян устойчиво зафиксирован иерархичный образ властной структуры;
- ♦ **единовластие** – гарантировать сильную власть может только единоличный правитель.

В одном из проектов Н.А. Романович, образ власти рассматривался с помощью сравнение числа сторонников традиционной и современной модели отношения к российской власти<sup>175</sup>. К традиционной модели относится комплекс базовых представлений о власти – персонификация, централизация, иерархичность, единовластие и другие; в современную модель вошли – деперсонификация, децентрализация, разделение властей, нивелирование иерархии и прочие. Результатом исследовательского проекта стал вывод о крайней персонифицированности российской власти – массовому сознанию в большей степени присуща **традиционная модель** власти с сильным лидером во главе.

Согласно современным работам по политическим наукам, образ российской власти не подвержен сильным колебаниям в массовом сознании россиян. Из чего можно заключить, что образ российской власти уже устоялся и логично вписан в существующую политическую картину мира. Власть в представлениях российских граждан занимает среднюю позицию в иерархии властных отношений, где наверху расположился сильный лидер, а внизу народ пытается бороться за справедливость и занять более достойное положение в политической жизни страны. Согласно патерналистской модели, политическая власть разделяет «отца» (президента России) и «его детей» (российский народ), выступая барьером для реализации национального потенциала России.

---

<sup>173</sup> Романович Н. А. Образ власти как отражение российской политической культуры // Вестник ВГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2010. – №1. – С.169-172.

<sup>174</sup> Романович Н.А. Восприятие власти в России: релевантность отношения к власти социокультурным аспектам // Учен. зап. Казан. ун-та. Сер. Гуманит. науки. – 2005. – №1. – С.32-53.

<sup>175</sup> Романович Н.А. Отношение к власти: тенденции и противоречия // Власть. – 2016. – №3. – С.76-83.



**Под образом власти мы понимаем набор субъективных представлений о политических объектах, наделенных властными полномочиями, сферами влияния и ролевыми функциями.**

### **Образ политического лидера**

В исследованиях по восприятию власти особое место занимают работы по образам политических лидеров. Действительно, большинство российских ученых (Е.Б. Шестопал, Ю.С. Пивоваров, Е.В. Егоровой-Гантман, Н.А. Романович и другие) сходятся во мнении, что для российского политического процесса наиболее характерна персонификация политической власти. Однако, несмотря на то, что восприятие власти неразрывно связано с образами лидером, эти психологические конструкты заметно отличаются друг от друга – в России чаще всего власть воспринимается отрицательно, а политический лидер (президент) положительно<sup>176</sup>. Принимая во внимания описанный феномен, следует отдельно рассмотреть теоретико-методологические основания изучения образа лидера.

Коллектив кафедры социологии и психологии политики МГУ имени М.В. Ломоносова на протяжении многих лет изучает образы политических лидеров и выработал уникальную методологию<sup>177</sup>. Внимание исследователей нацелено на выявление: узнаваемости политика; одобрения его политических взглядов; факт голосования / не голосования за него; привлекательности политика (внешние, психологические, моральные и профессиональные характеристики); мотивов стремления к власти политика (мотив достижения, мотив власти и мотив аффиляции) и ассоциаций с животными, цветом и запахами.

Образ политического лидера, по мнению Е.В. Егоровой-Гантман, является «набором определенных качеств, которые люди ассоциируют с определенной индивидуальностью»<sup>178</sup>. Ученый отмечает, что образ лидера включает в себя три составляющие:

**1. Персональные характеристики лидера** – это физические и психологические особенности, темперамент, характер, тип личности, индивидуальный стиль принятия решений, профессиональные и деловые качества, и как особая черта – внешность.

---

<sup>176</sup> Зверев А.Л., Палитай И.С., Смутькина Н.В., Рогозарь А.И. Особенности политического восприятия в современных российских условиях // Полис. Политические исследования. – 2016. – № 3. – С. 40–54.

<sup>177</sup> Путин 3.0: общество и власть в новейшей истории России: Монография / под ред. Е.Б. Шестопал. С. 58-70, часть IV «Образы российских лидеров».

<sup>178</sup> Имидж лидера / Под ред. Е.В. Егоровой-Гантман. – М.: Об-во «Знание» Россия, 1994. – 265 с. С.118-135.

2. **Социальные характеристики лидера** – это социальный статус, модель ролевого поведения, биография, связь лидера с различными социальными группами (как с союзническими, так и с вражескими). Социальная принадлежность детерминирует нормы и ценности, которыми руководствуется лидер.

3. **Символические характеристики** – крайне устойчивые и неизменные компоненты образа, связанные с идеологической принадлежностью лидера. Политические лидеры становятся символами конкретных идеологий, сценариев возможного будущего и определенного курса действий. Здесь чрезвычайно важна демонстрация качеств «идеального типа», способного добиться успеха в роли публичного лидера.

Личность политика как таковая представляет исследовательский интерес, однако, его вовлеченность в общественно-политические отношения заставляет нас взглянуть на лидера как участника политической коммуникации и определить его место в гештальте страны. Восприятие политического лидера связано с его личностными качествами, социально-политической ролью, с политической реальностью конкретного общества (среда) и с конструированным имиджем политика. В научной литературе существует большое количество теорий лидерства, которые трактуют этот феномен в зависимости от роли лидера в обществе, его индивидуальных характеристик или ситуативного фактора. Все же, для нас имеют значение особенности восприятия политического лидерства в России.

Для российской политической реальности характерно превалирующее значение лидерства исполнительного типа, представленного в бюрократическом государственном аппарате, как одного из форм достижения власти в стране. Общество испытывает дефицит активистов-лидеров, способных их организовать, задать вектор развития российского государства, повлиять на произвол экономической и политической элиты. Хорошим примером неадекватности лидеров в России является оппозиция, которая пытается привлечь на свою сторону граждан, играя только на социально-экономическом неблагополучии россиян. В свою очередь, российскому народу необходимо конкретное лицо «защитника», чьи руки будут наводить порядок в стране.

Неоднократно исследователи политической науки подтверждают персонифицированность российской власти, которая укрепилась в политической культуре россиян. Демократический транзит России в конце XX века не оказал существенного влияния на представления российских граждан о роли своего правителя – отца, монарха или сильного президента. Сегодня, действующий президент России В.В. Путин признается сильным лидером не только в своей стране, но и во всем мире. Он олицетворяет современный тип лидерства, сочетающий в себе традиционные российские ценности и

модернистский образ жизни, защищающий национальные интересы страны и подавляющий угрозы внешнего мира<sup>179</sup>.

Образ В.В. Путина в 2014-2016 гг. аккумулировал все прошлые и нынешние заслуги политика, сделав его национальным героем, символом российской мощи. Любопытно, что именно в этот период президент стал еще ближе к своему народу<sup>180</sup>, произошло то самое единение российской нации, которое так долго ждали после потери идентификационных ориентиров советского времени. В образе российского президента сосредоточены общественные ожидания на раскрытие потенциала страны, сдержанного представителями российской элиты, облеченных властью (чаще всего властью денег).

Образ российского лидера является необходимым звеном в гештальте России, который ведет народ в образ будущего страны, борется за национальные интересы, защищает своих людей в агрессивной международной политике. В России, имеющей сильные патерналистские традиции, образ лидера выступает локомотивом политических представлений о стране: он отпечатывается на темпоральном образе страны (образ России в разные периоды связан с конкретной личностью политического лидера), на международном образе (в других странах Россию воспринимают через ее лидера – В.В. Путина), на образе власти (образ В.В. Путина смягчает аффективное восприятие российской власти).

**Образ политического лидера – это взаимосвязанная система субъективных представлений о личностных качествах политика (когнитивный, эмоциональный и поведенческий компоненты), его социальных и политических характеристиках.**

### **Выводы по параграфу 1.2.**

Систематизация научного знания по проблеме изучения политических образов, а именно образа страны, дала возможность автору рассуждать в векторе политико-психологического подхода. Основными выводами по параграфу стали:

**Во-первых**, мозаичность образа страны диктует исследователю рассматривать входящие в него отдельные политические образы, при этом, сохраняя целостность перцептивного представления о стране. Именно поэтому, автор использует понятие «гештальт России» как органичное сплетение образов политической реальности.

---

<sup>179</sup> Шестопап Е.Б. Восприятие В.В. Путина российскими гражданами: 15 лет пребывания во власти // Полис. Политические исследования. – 2015. – № 6. – С. 68–80.

<sup>180</sup> Забродкина Е.Д., Пасынкова В.В. «Трудно быть Богом»: эволюция политических образов Владимира Путина // Управленческое консультирование. – 2016. – №2 (86). – С.43-50.

**Во-вторых**, образ страны можно рассматривать как комбинацию пяти основных образов: территории, истории, народа, власти и политического лидера. Образ территории обозначает географический образ, обладающий характерными признаками – устойчивость, многослойность, противоречивость, геополитичность, наличие «физических» маркеров, связь с графической моделью (картой) и другие. Образ истории закрепляет наиболее значимые исторические знания, символы и мифы в сознании воспринимающего индивида, делая образ страны более наполненным. Образ народа детерминируется с помощью категории «национальное самосознание», выражающееся в «образе-мы» и представлениях народа о своем языке, культуре, истории и месте проживания. Образ власти связан с системой субъективных представлений о сущности, структуре, функциях, качествах, принципах формирования и других признаков власти. Образ лидера характеризуется с помощью физических, психологических, социальных, символических и других показателей личности политика.

### **1.3. Место психологических факторов в системе детерминации восприятия своей страны**

Являясь сложным многомерным образованием, образ страны детерминирован рядом факторов, которые описаны в научной литературе согласно исследовательским задачам. В рамках политико-психологического подхода к анализу образа страны, мы можем указать ряд апробированных факторных моделей политического восприятия:

1. Факторная модель Е.В. Егоровой-Гантман связана с исследованиями восприятия политического лидерства и рассматривает следующие факторы влияния: в одной плоскости – познавательные, мотивационные и социально-психологические факторы; в другой – «фоновые» и ситуативные факторы<sup>181</sup>.

2. Факторная модель Л.А. Пресняковой нацелена на изучение образа российской политической власти, формируемого под влиянием четырех групп факторов: объектные, коммуникативные, ситуативные и субъективные факторы<sup>182</sup>.

3. Факторная модель политического восприятия коллектива кафедры социологии и психологии политики факультета политологии МГУ имени М.В. Ломоносова<sup>183</sup>,

<sup>181</sup> См.: Имидж лидера / Под ред. Е.В. Егоровой-Гантман.- М.: Об-во «Знание» Россия, 1994. – 265 с. Раздел III, главы 1, 2, 3.

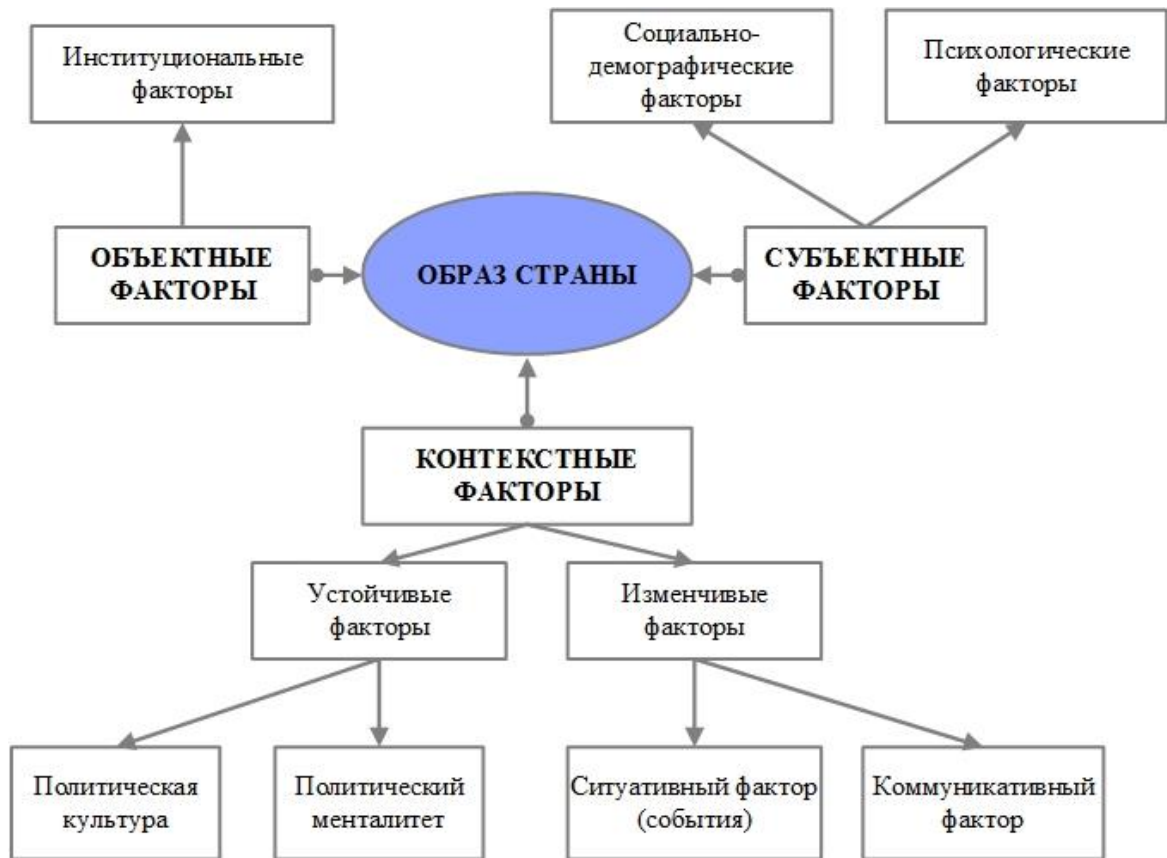
<sup>182</sup>Преснякова Л. А. Структура личностного восприятия политической власти // Полис. Политические исследования. – 2000. – № 4. – С. 135-140.

<sup>183</sup> Путин 3.0: общество и власть в новейшей истории России: Монография / под ред. Е.Б. Шестопал. – М.: АРГАМАК-МЕДИА, 2015. – 420 с. С. 19-48.

включающая в себя факторы разного уровня – объектные и субъектные, коммуникативные, пространственные и темпоральные.

На наш взгляд, наиболее оптимальной факторной структурой для изучения образа страны в сознании ее граждан может стать синтез вышеописанных факторных моделей. На формирование образа страны влияют три группы факторов (см. рисунок №1): объектные, контекстные и субъектные.

*Рисунок 1 Факторы, определяющие восприятие страны*



### **Объектные факторы восприятия страны**

Объектные факторы раскрывают содержательные характеристики воспринимаемой страны, описывают государство как политического актора и дают общие представления о природе властных отношений. В рамках нашего исследования важно понимать: как устроена политическая система России, какие основные акторы участвуют в принятии политических решений, каков характер российской политической власти, каков принцип коммуникации между обществом и властью.

Российская политическая система, по своей сути, является демократической и представлена институтами власти – государством, обществом, президентом, парламентом, судами, партиями, элитами и другими. Несмотря на то, что в России закреплен принцип разделения властей на законодательную, исполнительную и судебную, все же, наибольшая

власть в стране сосредоточена в руках президента, что отражается на вертикальном характере принятия политических решений в государстве. Между обществом и властью сохраняются прерывистые коммуникации, которые затрудняют, с одной стороны, понимание властью общественных запросов, с другой стороны, понимание населением наличия ресурсов у власти на реализацию ожиданий россиян.

Как нам видится, характеристики объекта восприятия являются некой рамкой для образа страны, содержательное наполнение которого происходит за счет личностных особенностей субъекта восприятия и контекстных факторов, сопровождающих и откладывающих отпечаток на сознание индивида.

### **Контекстные факторы восприятия страны**

В блоке контекстных факторов представлены устойчивые и изменчивые факторы, которые создают некий фон для формирования перцептивных представлений о стране. Придерживаясь теории С. Аша о значимости контекста восприятия, в своей работе мы описываем культурное основание российской нации и политическую обстановку в России 2014-2016 гг. Примечательно, что политические события данного периода изменили вектор отношения россиян к своей стране, трансформировав в массовом сознании весь гештальт России.

#### ***Устойчивые факторы восприятия страны***

Устойчивые факторы напрямую связаны с особенностями политической культуры, национального менталитета и языка конкретного общества.

В целом, под **политической культурой** принято понимать «совокупность ориентаций, мнений и убеждений, которые придают логику и смысл политическому процессу, обеспечивают основополагающие представления и нормы, управляющие поведением человека в политической сфере. Тем самым, политическая культура – это обобщенное выражение психологического и субъективного измерения политики»<sup>184</sup>.

Для анализа влияния политической культуры на процесс формирования политических образов коллектив кафедры предлагает использовать следующие критерии<sup>185</sup>:

1. Общекультурные характеристики – одинаковы для любого общества и могут быть определены универсальным набором мотивов и потребностей. К таким характеристикам

---

<sup>184</sup> Политология: учеб. / А.Ю. Мельвиль и др.; М. : Московский государственный институт международных отношений (Университет) МИД России, ТК Велби, ИЗД-во Проспект, 2004. – 624 с. С. 433-434.

<sup>185</sup> Путин 3.0: общество и власть в новейшей истории России. С. 20-24.

относятся национализм и патриотизм, присущие любым государствам в мире, однако имеющие специфику в зависимости от характера исторического развития. После развала Советского Союза и вплоть до 2010-х гг. для российского общества был свойственен национализм, сформированный по принципу негативной идентичности (отрицание каких-либо качеств или ценностей у носителей данной идентичности<sup>186</sup>). События начала 2020-х гг. изменили вектор самоидентификации россиян, вызвав рост патриотизма в российском обществе<sup>187</sup>. Сегодня, считать себя россиянином означает принадлежать к «уникальной нации победителей, способной уничтожить угрозу любого масштаба».

2. Устойчивые элементы глубинного ценностного каркаса общества – ценности и установки, сформировавшиеся в периоды государствообразования и крупных институциональных изменений. Политическим представлениям российского общества присущи персонификация власти, патерналистские ориентации, установки на сильного лидера, отчуждение власти от народа.

3. Форма политического режима, сложившаяся в государстве и проявляющаяся не формально, а фактически через традиции управления. Как показывают исследования, реальным политическим влиянием, авторитетом и властью в России обладает президент, к словам которого прислушивается общественное мнение, а в случае какой-либо проблемы, считает верным обратиться напрямую к главе государства (минуя соответствующие процессуальные инстанции)<sup>188</sup>.

Анализ политического мировоззрения, политического поведения, политических идеалов, политических традиций, политических ценностей и установок российского общества позволил отечественным авторам сформировать некоторые общие представления об основных тенденциях российской политической культуры.

Политическая культура России основана на таких фундаментальных и общефилософских принципах как: ориентация на абсолютное и идеальное, нежели возможное; стремление к единству мнений, бесспорным истинам, незыблемым принципам и обращение любого конфликта в противостояние<sup>189</sup>. Мы разделяем мнение, что экстремальные условия развития России породили общество, ориентирующееся на достижение чрезвычайных целей, и как следствие – мобилизационный тип политической

---

<sup>186</sup>См.: Гудков Л.Н. Негативная идентичность. Статьи 1997-2002 годов. М.: Новое литературное обозрение, «ВЦИОМ-А», 2004. – 816 с.

<sup>187</sup>Чугров С. В. Российская политика сквозь призму социологических замеров // Полис. Политические исследования. – 2016. – № 5. – С. 183-191.

<sup>188</sup>Шестопап Е. Б. Основные тренды общественного сознания // Независимая газета – политика. – 2015. – № 258 (6589). – С. 10–10.

<sup>189</sup>Глебова И.И. Образы прошлого в структуре политической культуры России: дис. ... д-р. полит. наук: 23.00.02. – М., 2007. – С. 256-260.

культуры<sup>190</sup>. При этом, в России сосуществуют все типы политической культуры (патриархальная, подданническая и активистская), но доминирующими являются патриархально-подданническая и подданническо-активистская. Что же касается современной политической культуры российского общества, то внутренне она противоречива и охвачена борьбой и столкновениями: «основными линиями конфронтации выступают демократизм-авторитаризм, социализм-капитализм, централизм-регионализм, глобализация-изоляция, анархизм-этатизм и др.»<sup>191</sup>.

Природно-климатические и географические условия России повлияли на формирование авторитарно-этатистской модели политической культуры, в которой «идея верховной власти в массовом сознании приобрела сакрально-легитимный смысл»<sup>192</sup>. По этой причине, русский народ отождествляет государство с ценностями порядка, безопасности, благополучия и инициатором всех социально-политических процессов. Традиционная российская политическая культура характеризуется этатистской ориентацией, предполагающей восприятие государства как стового хребта цивилизации, устроителя жизни, гаранта целостности и существования общества<sup>193</sup>.

Во главе крупного геополитического пространства со сложным историческим прошлым обязательно должен стоять сильный политический лидер. В частности, Ю.С. Пивоваров подчеркивает господство «самодержавной политической культуры» в российском обществе, главной характеристикой которой является «властецентричность»<sup>194</sup>. Именно власть, причем персонифицированная, берет на себя роль ведущего действующего лица исторического процесса.

Стоит отметить, что национальный менталитет входит в структуру политической культуры общества и является устойчивым фундаментом ее формирования<sup>195</sup>. Категория **менталитета** определяется как система своеобразия, совокупности особенностей сознания и веры, образ мышления, система образов и представлений, особый способ мироощущения и мировосприятия, установки сознания, устойчивых стереотипов, специфика психологической жизни людей<sup>196</sup>. Н.М. Ракитянский называет такие черты менталитета

<sup>190</sup> Баранов Н.А. Политическая культура России: традиции и современность // Труды СПб ГУКИ. – 2015. – С. 203-213.

<sup>191</sup> См. там же.

<sup>192</sup> Федотов А. С. Факторы формирования российской политической культуры // Сборники конференций НИЦ Социосфера. – 2011. – №25. – С.39-43.

<sup>193</sup> Баталов Э.Я. Политическая культура России сквозь призму civic culture // Человек, мир, политика. М.: Научно-образовательный форум по международным отношениям, 2008. 330 с. С. 105-121.

<sup>194</sup> Пивоваров Ю.С. Русская политика в ее историческом и культурном отношениях. – М.: «Российская политическая энциклопедия» (РОССПЭН), 2006. – 168 с. С.17.

<sup>195</sup> Подвойская Н.Л. Концепт политического менталитета в американской политологии второй половины XX века: дис. ... канд. пол.наук: 23.00.01. – М., 2009. – С. 106-111..

<sup>196</sup> Ракитянский Н. М. Категории сознания и менталитета в контексте феномена политической полиментальности // Стратегическая стабильность. – 2012. – № 3. – С.29-40.



как: типовое поведение, культурный и поведенческий код, психический склад, матрица духовной жизни, национальные особенности народов, идентичность и другие<sup>197</sup>.

Введенное в науку В.Е. Семеновым понятие **полиментальности** означает множественность менталитетов у населения конкретной страны<sup>198</sup>. Ярким примером полиментальности является российская социально-политическая действительность, для которой В.Е. Семенов предлагает собственную типологию базовых менталитетов<sup>199</sup>: православно-русский менталитет, коллективистско-социалистический (просоциальный), индивидуалистско-капиталистический (либеральный), криминально-клановый и мозаично-эклетический псевдоменталитет.

Менталитет по сути своей устойчивое образование и слабо поддается трансформации, однако, в кризисные периоды развития социальной системы, сопряженные с ее реорганизацией, менталитет может трансформироваться<sup>200</sup>. Впрочем, несмотря на темпоральные изменения российского массового сознания, менталитет русского народа сохраняет ментальное ядро, лежащее в основе его преемственности – это такие базовые свойства русского менталитета как доброта, открытость, терпимость, общинность, душевность, порожденная духовность и интуитивный тип мышления.

Переходное состояние от советского к постсоветскому менталитету подробно описано у Г.Л. Тульчинского, который определяет российский менталитет как духовный российский опыт (д.о.р.). К чертам д.р.о. относятся: «нравственный максимализм в сочетании с правовым нигилизмом; установка на правду и готовность пострадать за нее; самоценность страдания»; обостренное чувство справедливости; приоритет интересов общности в ущерб индивидуальной свободе и достоинству<sup>201</sup>.

В менталитете современного российского общества сочетаются положительные и отрицательные черты<sup>202</sup>. К общим достоинствам российского менталитета относятся: адаптивность и самостоятельность, изобретательность и восприимчивость к новому, стойкость к лишениям и терпение, душевная теплота и забота о близких, сильная тяга к справедливости, служению высоким идеалам, Родине и многое другое. На слабые черты

<sup>197</sup>См. там же. С.33.

<sup>198</sup>Семенов В.Е. Полиментальная специфика России и российская политика // Вестник политической психологии. – 2001. – № 1. – С.20-23;

<sup>199</sup>Семенов В.Е. Социокультурная поляризация и общественное согласие в контексте концепции российской полиментальности // Труды СПб ГУКИ. – 2015. – С.92-100.

<sup>200</sup>Думнова Э.М. Историческая обусловленность трансформации менталитета в России // Вестн. Том. гос. ун-та. – 2014. – №379. – С.55-60.

<sup>201</sup>Тульчинский Г.Л., Эпштейн М.Н. и др. Проективный философский словарь. –СПб.: Международная Кафедра (ЮНЕСКО) по философии и этике СПб Научного Центра РАН, 2002. – 297. URL: <http://hpsy.ru/%20public/%20x3019.htm> (Дата обращения: 27.03.2016).

<sup>202</sup>Розов Н.С. Российский менталитет: наиболее конструктивные концепции и их критика // Мир России. Социология. Этнология. – 2011. – №2. – С.100-112.

российского населения указывают: его разобщенность, низкая самодисциплина, неспособность к самоорганизации без подчинения и принуждения, правовой нигилизм, патернализм, максимализм и метание из крайности в крайность.

Руководствуясь принципом «чтобы объяснить менталитет, необходимо выйти за пределы менталитета» Н.С. Розов составил мозаичную картину фреймов и символов, присущих российскому обществу<sup>203</sup>:

- ♦ ближний круг и государство (ближний круг – близкие друзья, соседи, родственники, на которых можно положиться; а государство – инструмент принуждения);
- ♦ «царь» и верховная власть (не важно какую должность занимает персона, главное, чтобы все знали «кто Главный», если не знают, то возникает общая тревожность и неустойчивость политического порядка);
- ♦ фрейм «Россия/Запад» (с одной стороны, чрезмерная референтность Запада, с другой стороны, неуверенность в себе и обостренное чувство достоинства);
- ♦ принуждение и обмен (обмен практикуется только среди своих, в ближнем кругу, поэтому формой взаимодействия нас с чужими и чужих с нами становится принуждение; закон и право считаются инструментами принуждения);
- ♦ ритуальная практика подчинения власти (тяга большей части населения к «нерасчленной простоте», бесформенному целому);
- ♦ социальные основы «антиномичности-размашистости» и «простоты-усредненности» (парадоксальность русской души и усредненность, массовидность, подозрительность ко всему новому и своеобразному);
- ♦ расщепленность отношения к государству (сосуществование «российского анархизма» и «российской покорности»);
- ♦ «широта души» и экстенсивная направленность (индивид с экстенсивной направленностью не может оптимизировать трудовую деятельность) и другие.

Политическая культура и менталитет теснейшим образом связаны с **национальным языком**, как формой бытия национального сознания. Национальный язык является стержнем любой культуры, символом национальной принадлежности; он выражает систему ценностей, характер народа и специфику мироощущения<sup>204</sup>. Как отмечают исследователи, в современных условиях нестабильности именно язык берет на себя роль движущей силы в социальных трансформациях и сохранении культурной идентичности:

<sup>203</sup>Розов Н.С. Колея и перевал: макросоциологические основания стратегий России в XXI веке/ Н.С. Розов. – М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2011. – 735 с. С. 128-221.

<sup>204</sup>Менщикова Г.А. Язык как форма бытия национального сознания // Вестник КГПУ им. В.П. Астафьева. – 2011. – №3. – С.30-35.

«язык выступает новой политической волей, «примирителем» исключая друг друга крайностей – национального объединения и сохранения плюрализма»<sup>205</sup>.

Описывая факторы формирования политического образа страны, мы подчеркиваем роль не просто национального языка, а политического языка, формирующего политический дискурс. **Политический язык** – это «исторически сложившаяся система словесного выражения политических интересов, устремлений, действий, орудие общения, обмена мыслями и взаимного понимания людей в сфере политической системы...»<sup>206</sup>.

В данном случае, важны высказывания политических лидеров, представителей политической элиты и, конечно же, самого народа, к примеру: о проводимой международной политике; о состоянии социальных, экономических и политических процессах внутри страны; о характере взаимоотношений между друг другом (коммуникации власть/общество); о культурно-идеологическом направлении развития государства (идеология, национальная идея, политические ценности, идентичность).

### ***Изменчивые факторы восприятия страны***

Изменчивые факторы условно можно разделить на ситуативный фактор (внутриполитические, экономические, социальные, международные события) и коммуникативный фактор (СМИ как один из инструментов влияния на массовое сознание).

**Ситуативный фактор** выражается в оценке реальной политической обстановки на предмет кризиса или стабильности. Учитывая субъектный подход к исследованию образа страны, мы приводим анализ российской политической системы согласно позиции общественного мнения по данному вопросу.

Начиная с 2014 года, в российской политической системе произошли существенные трансформации на фоне обострения международных отношений. **Во-первых**, присоединение к Российской Федерации полуострова Крым в марте 2014 года, вызвавшее резонанс в мировом сообществе, привело к консолидации общества и росту патриотических настроений среди российских граждан<sup>207</sup>. Согласно опросу Левада-Центра в 2015 году, 71% россиян испытывали чувство гордости за свою страну и 85% считали, что лучше быть гражданином России, чем любой другой страны мира<sup>208</sup>.

Внешняя угроза безопасности также сыграла свою роль в процессе объединения российского общества. Большинство россиян поддерживают военные операции,

<sup>205</sup>Заковоротная М.В., Благородова Е.А. О роли языка в современных социальных трансформациях // Ценности и смыслы. – 2014. – №6 (34). – С. 5-19.

<sup>206</sup>Суллаева Н. А. Политический дискурс: философско-политологический анализ // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2013. – №1. – С.160-165.

<sup>207</sup> Аналитика экспертов ВЦИОМ «Крымнаш» спустя два года. URL: <http://wciom.ru/index.php?id=238&uid=115628> (Дата обращения: 9.04.2016).

<sup>208</sup> Общественное мнение – 2015. М.: Левада-Центр, 2016. – 308 с. С. 42.

проводимые Россией, так как считают их справедливыми, оборонительными, победоносными, триумфальными, и в тоже время, превентивными<sup>209</sup>. С помощью средств массовой информации гражданин получает виртуализированное видение войны; как отмечают аналитики, первая в российской истории «война по телевизору» выглядит бескровной, удаленной и высокотехнологичной<sup>210</sup>. Поэтому, с одной стороны, россияне согласны с военным инструментом решения проблем, но с другой стороны, общество опасается «настоящей», «большой» войны<sup>211</sup>.

**Во-вторых**, для российских граждан президент В.В. Путин стал национальным символом благодаря своей сильной позиции в украинском конфликте, противостоянии давлению Запада, открытой борьбе с исламским экстремизмом и терроризмом в Сирии, протекции российских граждан и многому другому. Жесткая политика в отношении Турции, нанесшей по словам В.В. Путина «удар в спину» (инцидент со сбитым турецкой стороной Су-24)<sup>212</sup>, закрепила в сознании народа образ президента-защитника.

По данным опроса ВЦИОМ рейтинг одобрения деятельности В.В. Путина в октябре 2015 года составил рекордное значение – 89,9%<sup>213</sup>. Сильного, авторитетного президента народ уважает и любит, возлагая на него надежды по возрождению сильной державы, укреплению роли России в мире, восстановлению боеспособности армии<sup>214</sup>. Как пишут отечественные исследователи общественного мнения, рост институционального доверия к деятельности В.В. Путина во многом способствовал снижению накала в конфликте между властью и обществом, который начал развиваться в конце 2011 – начале 2012 гг.<sup>215</sup>. Важным фактором взаимоотношений общества и власти выступает «фактор Путина», который определяется как «комплекс представлений, отождествляющий персональные качества президента страны и происходящие в стране политические события и процессы»<sup>216</sup>.

---

<sup>209</sup> Левада-Центр. «Хотят ли русские войны. Война и террор в восприятии россиян». URL: <http://www.levada.ru/2016/03/23/hotyat-li-russkie-vojny-vojna-i-terror-v-vostryatii-rossiyan/> (Дата обращения: 9.04.2016).

<sup>210</sup> Аналитика экспертов ВЦИОМ «Тефлоновая броня Владимира Путина снова как новенькая». URL: <http://wciom.ru/index.php?id=238&uid=115529> (Дата обращения: 9.04.2016).

<sup>211</sup> Левада-Центр. «Хотят ли русские войны. Война и террор в восприятии россиян». URL: <http://www.levada.ru/2016/03/23/hotyat-li-russkie-vojny-vojna-i-terror-v-vostryatii-rossiyan/> (Дата обращения: 9.04.2016).

<sup>212</sup> Новикова А., Бруснев М. Путин: Сбитый Турцией российский самолет – это удар в спину. URL: <http://www.kp.ru/daily/26461/3332258/> (Дата обращения: 9.04.2016).

<sup>213</sup> Пресс-выпуск №2958. URL: <http://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115438> (Дата обращения: 9.04.2016).

<sup>214</sup> Аналитика экспертов ВЦИОМ. «Тефлоновая броня Владимира Путина снова как новенькая». URL: <http://wciom.ru/index.php?id=238&uid=115529> (Дата обращения: 9.04.2016).

<sup>215</sup> Российское общество и вызовы времени. Книга первая / М.К. Горшков [и др.]; под ред. Горшкова М.К., Петухова В.В.; Институт социологии РАН. – М.: Издательство «Весь Мир», 2015. – 336 с. С. 112-113

<sup>216</sup>См. там же.

**В-третьих**, резкое падение рубля и экономический кризис 2015 года обострили социальные вопросы: рост цен на продовольственные и непродовольственные категории товаров, подорожание коммунальных платежей, актуализация проблемы безработицы, появление признаков социальной депрессии и многое другое. Более половины респондентов испытывают чувства беспокойства о будущем России, связывая это с ростом цен и обнищанием широких слоев населения (54%), экономическим кризисом (49%), проблемами безработицы (42%), угрозы войны (41%) и ростом преступности (24%)<sup>217</sup>.

Среди причин ухудшения экономического положения россиян респонденты называют: падение цен на нефть (47%); коррупцию в органах государственной власти (33%); особенности российской экономики (29%); санкции стран Запада по отношению к РФ (27%); рост расходов на оборону, безопасность и содержание государственного аппарата в ущерб расходам на социальные нужды (26%) и другие<sup>218</sup>. Если в период с 2010 по 2014 гг. большинство россиян считали, что тяжелые времена позади, то в 2015 году одна треть опрошенных отмечают, что тяжелые времена они переживают сейчас<sup>219</sup>.

По мнению аналитиков ВЦИОМ, в российском обществе наметился тренд на ухудшение социального самочувствия, причем, ситуация в стране оценивается россиянами намного хуже, чем их собственное социально-экономическое положение<sup>220</sup>. На фоне углубляющегося кризиса проявляется феномен приспособления без действия и без возмущения, названный Ю. Левадой «ресурсом терпения»<sup>221</sup>. Нестабильность политической системы стала привычной для россиян, учитывая, что значительная часть населения испытывает не первый в своей жизни социально-экономический кризис.

Таким образом, начиная с 2014 года и по сегодняшний день, российская политическая система находится в кризисном состоянии. Граждане России замечают социальные и экономические изменения, беспокоятся о будущем и своей личной безопасности, при этом, возлагают надежды на сильного лидера, способного вывести страну из затянувшегося кризиса.

**Коммуникативный фактор** является еще одной призмой сквозь которую проходит политическая информация о стране, имеющая удобоваримую форму для массового сознания. Современный мир демонстрирует все возрастающее влияние на политическую коммуникацию средств массовой информации, которые проникают во все сферы жизни

---

<sup>217</sup>Общественное мнение – 2015. С. 20-23.

<sup>218</sup>Общественное мнение – 2015. С. 38.

<sup>219</sup>Общественное мнение – 2015. С.73-74.

<sup>220</sup>Аналитика экспертов ВЦИОМ. Валерий Федоров: «Путин, как Иван-царевич, нырнул в котел и вышел другим человеком. URL: <http://wciom.ru/index.php?id=238&uid=115623> (Дата обращения: 9.04.2016).

<sup>221</sup>Левада-Центр. «Общества в России нет». URL: <http://www.levada.ru/2016/03/14/obshhestva-v-rossii-net/> (Дата обращения: 9.04.2016).

личности, формируя новую виртуальную картину мира. Если в конце XX века и начале 2000-х гг. наибольшей силой влияния на формирование представлений о российской политике обладало телевидение, то с распространением интернет-связи в 2010-х гг. в России возросла роль интернет-коммуникации как открытой площадки для активного формирования политических образов.

Из нашей модели следует, что контекстные факторы восприятия России включают в себя политическую культуру, политический менталитет, политический язык, ситуативный и коммуникативный факторы. В рамках нашего диссертационного исследования, политический контекст определен временным периодом – 2014 по 2016 гг., который характеризуется геополитическими трансформациями, экономическим кризисом, обострением международной обстановки, военными угрозами, ростом патриотичности российского общества, пробуждением национального самосознания и другими важными событиями для исторического процесса России. Коммуникативный фактор занимает особое место в факторной структуре восприятия страны и выходит за рамки диссертационного проекта, поэтому не рассматривается в качестве предмета исследования.

### **Субъектные факторы восприятия страны**

В нашей работе исследовательский ракурс был смещен с «внешней объективности» воспринимаемого политического объекта на «внутреннюю субъективность» перцептивных конструкций, заключенных в сознании воспринимающего индивида. Значимость субъектного вектора диссертационного исследования определена особым онтологическим статусом мира политики. Формирование перцептивных представлений о стране осуществляется в условиях политической реальности конкретного общества, о природе которой в своих работах рассуждает Г.В. Пушкарева<sup>222</sup>. По ее мнению, политической реальности свойственна **интерсубъективность** и особая объективность, которые выделяют ее из концептуального понимания объектов физического мира. В политической реальности существуют символы, знаки (вербальные и невербальные), которые несут в себе определенный смысл и значение, детерминируя характер общественных отношений. Создание политической реальности связано с **когнитивными** психическими процессами индивида, которые обеспечивают приращение новых знаний о политике<sup>223</sup>.

---

<sup>222</sup> Пушкарева Г.В. Homo politicus: политическая реальность и политический дискурс // Общественные науки и современность. – 2013. – № 5. – С. 90–100.

<sup>223</sup> Пушкарева Г.В. Когнитивные механизмы конструирования политической реальности // Полис. Политические исследования. – 2015. – № 1. – С. 55-70.

Политико-психологическое понимание образа страны, по нашему мнению, связано с процессом **политической апперцепции** – осознанным фокусированным восприятием страны индивидуальным сознанием, в большей степени детерминированным личностными особенностями воспринимающего субъекта (прошлым опытом, когнитивными особенностями, потребностями, мотивами, интересами, чувствами и т.д.). При политической апперцепции воспринимающая личность более субъективна и пристрастна, она переносит свои индивидуальные характеристики на политический объект восприятия<sup>224</sup>.

Отличие перцепции от апперцепции лежит в плоскости осознанности процесса восприятия политического объекта – когда личность фокусирует свое внимание на стране и ее особенностях происходит политическая апперцепция, а в те моменты, когда индивид в фоновом режиме формирует свои политические представления о стране протекает процесс политической перцепции. Разделять эти явления будет весьма грубым теоретическим допущением, так как они постоянно сменяют друг друга, позволяя психике человека поддерживать его картину мира в сфере политики.

В процессе политической апперцепции индивид познает мир политики, создает сложносоставные когнитивные структуры, и на основе этих знаний, устанавливает взаимодействия с другими политическими акторами. Политическая апперцепция определяет на уровне политического сознания какие знакомые социальные роли будут выполнять политические объекты, входящие в структуру образа страны<sup>225</sup>. Субъектный фактор в процессе политической апперцепции имеет самое важное значение, так как опосредует **статусно-ролевые требования (предпочтения)** к образам, входящим в гештальт страны, тем самым происходит перенос ролевых личностных ожиданий на политический объект. В сознании индивида формируется целостный сложный динамичный образ страны, обладающий собственными «правилами игры» для входящих в него элементов.

В своем исследовании мы исходили из того, что ключевым элементом процесса восприятия является субъект – воспринимающая личность, индивидуальные особенности которой влияют на формирование образа того или иного объекта. Именно субъект является носителем образа страны, он создает свою картину мира и вписывает в нее перцептивные представления о стране. К **субъектным** факторам, детерминирующим формирование образа страны, относятся социальные-демографические и психологические особенности воспринимающих граждан.

---

<sup>224</sup> Smith Margaret K. Apperception // The School Review, Vol. 3, No. 9 (Nov., 1895), PP. 548-556.

<sup>225</sup> Stout G. F. Analytic psychology. Tom 14. Psychology Press, 2004. 328 p. PP. 110-130.

### Социально-демографические факторы

К **социально-демографическим факторам** относятся <sup>226</sup> : гендерная принадлежность, возраст, уровень образования, социальный, семейный и материальный статус, место жительства, профессия и другие социальные признаки.

К примеру, региональная принадлежность воспринимающего индивида связана с идентификационным основанием образа страны («свой», «чужой»). На уровне межнационального восприятия России это могут быть:

- ♦ индивиды, принадлежащие к национальной группе воспринимаемой страны, формируют образ «своей» страны;
- ♦ индивиды, принадлежащие к другой национальной группе, однако, проживающие в воспринимаемой стране, имеют образ «знакомой» страны;
- ♦ индивиды, принадлежащие к другой национальной группе и проживающие за пределами воспринимаемой страны, имеют образ «чужой» страны.

На уровне национального восприятия России:

- ♦ индивиды, проживающие в различных субъектах РФ (региональная специфика восприятия России);
- ♦ индивиды, принадлежащие к городскому или сельскому населению, к центру или периферии, к Югу или Северу России;
- ♦ индивиды, принадлежащие к отдельным этническим, конфессиональным и культурным группам России.

В нашей работе социально-демографический фактор рассматривался только по индикатору «место жительства», предполагающий анализ психологических факторов индивидов, принадлежащих к национальной группе воспринимаемой страны (образ «своей» страны).

### Психологические факторы

Классификация **психологических факторов** обусловлена категоризацией психических процессов на познавательные (когнитивные), эмоциональные (аффективные) и волевые (поведенческие)<sup>227</sup>.

Познавательные психические процессы, а именно ощущение, восприятие, представление, память, воображение, мышление, речь и внимание, связаны с восприятием

<sup>226</sup> Путин 3.0: общество и власть в новейшей истории России. С. 38-41.

<sup>227</sup>Узнадзе Д.Н. Общая психология Пер. с грузинского Е.Ш. Чомахидзе; Под ред. И.В. Имерадзе. – М.: Смысл; СПб.: Питер, 2004. – 413 с. С.40



и переработкой информации<sup>228</sup>. Аффективные психические процессы отражают субъективное состояние индивида через его эмоции, аффекты, чувства, настроения и эмоциональный стресс. Волевые психические процессы выполняют функции принятия решений, преодоления трудностей с помощью набора потребностей, мотивов и установок<sup>229</sup>.

Следовательно, посредством когнитивных процессов психики индивид получает сведения об объекте восприятия, эмоциональные процессы формируют характер отношения к этому объекту (положительное/отрицательное/нейтральное), а волевые процессы управляют его поведением в рамках коммуникации с воспринимаемым объектом.

Для понимания психологических факторов формирования образа страны целесообразно анализировать когнитивные, эмоциональные и поведенческие характеристики субъекта, интерпретируемые с помощью взаимосвязанных политико-психологических индикаторов (см. рисунок №2).

*Рисунок 2 Субъектный принцип формирования образа страны*



### *Когнитивный психологический фактор*

Согласно представленной модели когнитивные факторы операционализируются через политико-психологические индикаторы: когнитивный стиль, политические ценности и политическую идентичность.

<sup>228</sup>Махлаков А.Г. Общая психология: Учебник для вузов. – СПб.: Питер, 2008. – 583 с. С.24.

<sup>229</sup>Слободчиков В.И., Исаев Е.И. Основы психологической антропологии. Психология человека: Введение в психологию субъективности. – М.: Школа-Пресс, 1995. – 384 с. С. 259-261.

**Когнитивными стилями** называют «индивидуально-своеобразные способы переработки информации о своем окружении в виде индивидуальных различий в восприятии, анализе, структурировании, категоризации, оценивании происходящего»<sup>230</sup>.

Когнитивный стиль является биполярным измерением, характеризующим нетривиальность склада ума конкретного индивида и специфические особенности его интеллектуальной деятельности. В современной литературе описано более двадцати различных когнитивных стилей<sup>231</sup>, однако для данного диссертационного проекта интерес представляет когнитивный стиль «**конкретная/абстрактная концептуализация**». Ученые О. Харви, Д. Хаит и Г. Шродер, выделяя «конкретных» и «абстрактных» индивидуумов, сделали выводы о когнитивных способностях личности<sup>232</sup>. Так, «**конкретным**» индивидуумам свойственны: «нетерпимость к неопределенности; склонность к черно-белому мышлению; меньшая способность мыслить в терминах гипотетических ситуаций; зависимость от статуса и авторитета; ситуативный характер поведения; стереотипность решений»<sup>233</sup> и прочее. В свою очередь, «**абстрактным**» индивидуумам присущи: «гибкость; свобода от непосредственных свойств ситуации; склонность к риску; креативность; независимость; ориентация на внутренний опыт в объяснении физического и социального мира»<sup>234</sup>.

Как показали исследования О. Харви, несмотря на наличие противоречивой информации, именно индивиды с абстрактным стилем концептуализации были способны строить единый интегрированный образ другого человека<sup>235</sup>. Открытость ума, свойственная людям с абстрактным способом концептуализации, проявляется в учете непредвиденных факторов, синтезе альтернативных интерпретационных схем, лояльности к новым и необычным аспектам происходящего. Напротив, «конкретные» личности, в большинстве случаев, игнорируют альтернативные оценки воспринимаемого объекта. Конкретный способ концептуализации характеризует закрытость ума со склонностью к упрощению понимания и интерпретации ситуации.

Таким образом, **когнитивный стиль** индивида может быть расшифрован с помощью шкалы конкретная/абстрактная концептуализация. Где конкретная концептуализация предполагает жесткую, дискретную изоляцию идей,

---

<sup>230</sup> Холодная М.А. Когнитивные стили. О природе индивидуального ума. 2-е изд. – СПб.: Питер, 2004. – 384 с. С. 38.

<sup>231</sup> См. там же.

<sup>232</sup> См. Harvey O.J., Hunt D. E., Schroder H. M. Conceptual system and personality organization. - N. Y.: John Wiley, Inc., 1961.

<sup>233</sup> Холодная М.А. Когнитивные стили. О природе индивидуального ума. С. 83.

<sup>234</sup> Там же.

<sup>235</sup> См. Harvey O.J. System structure, flexibility and creativity// Experience structure and adoptability / Ed. by O.J. Harvey. – N. Y.: Springer Publ. Company, Inc., 1966.

характеризующуюся логикой отдельных понятий; абстрактная концептуализацию допускает гибкую взаимосвязанную систему идей, характеризующуюся логикой семантических пространств<sup>236</sup>.

Направленность личности на конкретные ценности, сформированные в некую индивидуальную иерархию, определяется как **ценностная ориентация личности**<sup>237</sup>. Для диссертационного исследования особый интерес представляет типология социальных характеров М.С. Яницкого, который выделяет «**адаптирующийся**» (стремление к физической и экономической безопасности), «**социализирующийся**» (ориентация на признанные в обществе нормы и ценности) и «**индивидуализирующийся**» (направленность на саморазвитие и самореализацию) тип личности<sup>238</sup>.

Как справедливо заметил А. Маслоу, ценности накладывают личностный аспект восприятия на реально существующие аспекты познаваемой человеком реальности, именно поэтому любой исследователь должен изучать ценности как один из факторов влияния на восприятие<sup>239</sup>. В свою очередь, политическое восприятие опосредовано политическими ценностями, которые необходимы индивиду для когнитивной работы с информацией.

В диссертационном исследовании мы опираемся на теоретические воззрения отечественного политического психолога А.В. Селезневой, согласно которой, **политическими ценностями** являются наиболее рациональные компоненты политического сознания и поведения, выраженные в обобщенных идеях и убеждениях о совершенстве в сфере политики<sup>240</sup>. Ученый отмечает ряд характерных особенностей политических ценностей: политические ценности немногочисленны; политические ценности стереотипизированны; «политические ценности иерархически упорядочены и системно организованы; политические ценности выражаются в абстрактных категориях и тесно связаны с политическими представлениями, раскрывающими смысл ценностных конструктов»<sup>241</sup>. Политические ценности формируются государством, президентом или политическими партиями, и в дальнейшем, в процессе политической социализации интериоризируются в сознание индивида.

<sup>236</sup> См. Nosal Ch. S. Psychologiczne modele umyslu. – Warszawa: Panstwowe Wydawnictwo Naukowe, 1990.

<sup>237</sup> См. 1 главу: Яницкий М.С. Ценностные ориентации личности как динамическая система / М. С. Яницкий. – Кемерово : Кузбассвузиздат, 2000. – 203 с.

<sup>238</sup> Яницкий М.С. Ценностное измерение массового сознания / М.С. Яницкий; Мин-во обр. и науки РФ, Кемеровский гос. ун-т. – Новосибирск: Издательство СО РАН, 2012. – 237 с. С. 32.

<sup>239</sup> Маслоу Абрахам Г. Мотивация и личность. Перевод с англ. Татлыбаевой А.М. Вступительная статья Акулиной Н.Н. – СПб.: Евразия, 1999. – 478 с. С. 44.

<sup>240</sup> Селезнева А. В. Политические ценности в современном российском массовом сознании: психологический анализ // Человек. Сообщество. Управление. – 2014. – № 2. – С. 6–18.

<sup>241</sup> Селезнева А.В. Методология исследования политических представлений и ценностей. Вестник Московского университета // Вестник Московского университета. Серия 12: Политические науки (ранее: Теория научного коммунизма; Социально-политические исследования). – 2011. – № 2. – С. 42–53.

Для исследования политических ценностей в российском массовом сознании А.В. Селезнева и ее коллеги использовали несколько линий анализа: «оценка политических ценностей по шкале «материализм/постматериализм» (концепция Р. Инглхарта <sup>242</sup>); иерархия политических ценностей; идеологические ценности в сознании россиян; политические ценности разных социальных групп»<sup>243</sup> и другие.

Хотелось бы отметить, что мы разделяем точку зрения А.В. Селезневой о приемлемости использования термина «**ценностные ориентации**» при изучении политических ценностей, имея в виду психологические компоненты в структуре личности, являющиеся результатом осознания индивида своих политических ценностей <sup>244</sup>. Ценностные ориентации содержатся в структуре личности и образуют некую иерархическую систему ценностей, отвечающую потребностям конкретного человека.

Согласно описанным ранее теориям А. Тэджфела и Дж. Тернера категорию **идентичности** стоит включать в когнитивный и эмоциональный факторы. При этом, идентичность как один из элементов когнитивного фактора проявляется на осознаваемом уровне восприятия, а идентичность в структуре эмоционального фактора на неосознаваемом уровне. Эту модель можно экстраполировать и на феномен политической идентичности, однако, в рамках данного диссертационного исследования интерес представляет только осознаваемый уровень восприятия, на котором политическая идентичность является одним из индикаторов когнитивного психологического фактора.

**Политическая идентичность** определяется как «комплекс идейно-политических ориентаций и предпочтений, которыми субъекты политического процесса наделяют себя и друг друга в процессе коммуникации, и предполагает отождествление носителя политической идентичности с тем или иным политическим сообществом»<sup>245</sup>.

Для исследования большую ценность имеет теоретическая позиция И.С. Семененко по проблеме политической идентичности. Ученый рассматривает политическую идентичность в двух измерениях<sup>246</sup>:

---

<sup>242</sup> См.: Inglehart R., Basanez M., Diez-Medrano J... Human Beliefs and Values: A Cross-Cultural Sourcebook based on the 1999-2002 values Surveys., Mexico City: Siglo XXI, 2004.

<sup>243</sup> Селезнева А.В. Политико-психологический подход к исследованию политических ценностей // Вестник Томского государственного университета. – 2011. – № 345. – С. 56–60.

<sup>244</sup> Селезнева А.В. Политические представления и ценности россиян / А.В. Селезнева. – М.: Издательство Московского университета, 2012. – 224 с. С. 33-34.

<sup>245</sup> Политическая социология. Учебно-методический комплекс / под ред. Т.В. Евгеньевой. – М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2013. – 518 с. С.274.

<sup>246</sup> Семененко И.С. Идентичность в предметном поле политической науки // Идентичность как предмет политического анализа. Сборник статей по итогам Всероссийской научно-теоретической конференции (ИМЭМО РАН, 21-22 октября 2010 г.). М., ИМЭМО РАН, 2011. – 299 с. С. 8-13.

1. Политическая идентичность характеризует эмоциональную вовлеченность индивида в политику и идейные предпочтения, ценности и мотивации участников политической коммуникации.

2. Политическая идентичность содержит в себе проекции территориальной, гражданской, национальной, конфессиональной, этнической, языковой, социально-групповой, возрастной, гендерной и других видов социальной идентичности в политической сфере.

Так по сути, любая социальная идентичность может быть наделена политическим качеством в процессе реализации политических интересов индивида. Однако, как замечает И.С. Семененко, чтобы идентичность приобрела политическое значение, она должна базироваться на гражданской и национальной идентичности<sup>247</sup>. Где, гражданская идентичность связывает индивида и государство через закрепление правового статуса гражданина, а национальная идентичность обозначает принадлежность индивида к нации как воображаемому политическому сообществу.

Таким образом, основанием политической идентичности является идентификация индивида с государством и нацией – национально-государственной идентичностью. Отечественный исследователь Т.В. Евгеньева определяет **национально-государственную идентичность** как психологическую самоассоциацию личности с геополитическим пространством (образами) определенного национально-государственного конструкта, имеющая в своем основании персональные мотивы и ценности, закрепляющаяся через символические репрезентации<sup>248</sup>. Национально-государственная идентичность является психически обусловленной взаимосвязью личности с идентификационными образами, потребностями, ценностями и символами.

### *Эмоциональный психологический фактор*

Эмоциональный фактор интерпретируется через эмоциональный знак в отношении объекта восприятия (страны). В психологии под **эмоциями** понимают особый вид психических процессов и состояний, проявляющихся в форме непосредственных переживаний (радости, страха, симпатии, удовлетворения и др.) и отражающих субъективную значимость ситуаций и объектов. Эмоции являются одним из важнейших

---

<sup>247</sup> Семененко И.С. Политика идентичности и политическая идентичность / И.С. Семененко // Политическая экспертиза: ПОЛИТЭКС. – 2011. – Т. 7. – № 2. – С. 5–24.

<sup>248</sup>Евгеньева Т. В. Национально-государственная идентичность современной российской молодежи: структурное измерение и политико-психологические особенности // Перспективы развития политической психологии: новые направления. — Издательство Московского университета Москва, 2012. – С. 199–206.

механизмов имманентной регуляции психической деятельности, и тем самым, направлены на удовлетворение актуализированных потребностей<sup>249</sup>.

В науке различают следующие типы эмоциональных переживаний: собственно эмоции, аффекты, настроения и чувства<sup>250</sup>. В рамках нашего исследования, использовалась категория «собственно эмоции» – это более длительные состояния переживаний, возникающие по поводу удовлетворения или неудовлетворения потребностей. Как правило, ученые делят эмоции на **положительные** и **отрицательные**<sup>251</sup>: положительные эмоции вызывают ощущения благополучия и содействуют разумному взаимодействию человека с окружающим миром; отрицательные, напротив, переживаются весьма трудно и не способствуют конструктивному взаимодействию с воспринимаемыми ситуациями и объектами.

**Эмоциональный знак** как один из психологических факторов восприятия демонстрирует: с одной стороны, переживание индивидом какой-либо эмоции в отношении воспринимаемого объекта; с другой стороны, удовлетворение или неудовлетворение значимой для субъекта потребности, которое напрямую зависит от воспринимаемого объекта (т.е. состояния или действия объекта восприятия влияют на удовлетворение потребностей индивида, и тем самым, определяют эмоциональный фон между ними).

### ***Поведенческий психологический фактор***

Поведенческие факторы предполагают анализ политико-психологических индикаторов: потребностей и характер политической активности индивида.

**Потребностью** называется состояние нужды индивида в чем-либо, удовлетворение которой необходимо для нормального существования<sup>252</sup>. Важнейшей концепцией в определении потребностей является **теория человеческой мотивации** А. Маслоу. Ученый создал фундаментальную классификацию мотивов и потребностей, в соответствии с их ролью в развитии личности. Сам А. Маслоу подчеркивал, что инвентаризовать человеческие потребности бессмысленно, исследователь может говорить лишь о некоей иерархии потребностей. В качестве базовых потребностей А. Маслоу выделял<sup>253</sup>:

<sup>249</sup> Мещеряков Б.Г., Зинченко В.П. Большой психологический словарь. СПб.: Прайм-Еврознак, 2003. – 632 с. С. 554.

<sup>250</sup> Дружинин В.Н. Психология: Учебник для гуманитарных вузов. 2-е изд. / Под общ. Ред. В.Н. Дружинина. – СПб.: Питер, 2009. – 656 с. С.129-130.

<sup>251</sup> Изард К.Э. Психология эмоций/Перев. с англ. – СПб.: Издательство «Питер», 1999, – 464 с. С.34, 57.

<sup>252</sup> Немов Р.С. Психология: Учеб. для студ. высш. пед. учеб. заведений: В 3 кн. – 4-е изд. – М.: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 2003. – 688. С. 672

<sup>253</sup> Маслоу А. Мотивация и личность. Перевод с англ. Татлыбаевой А.М. Вступительная статья Акулиной Н.Н. – СПб.: Евразия, 1999. – 478 с. С.77-90.

♦ **Физиологические потребности** – это самые насущные и мощные из всех потребностей, они доминантны по отношению ко всем другим потребностям. К таким потребностям относятся: голод, жажда, сон, сексуальное влечение и другие. При удовлетворении потребностей физиологического уровня организм становится открытым к потребностям социального уровня.

♦ **Потребность в безопасности** – доминирует в организме подобно физиологическим потребностям, направляя все способности индивида на обеспечение стабильности, защиты, порядка, свободы от страха, тревоги и хаоса, и других категорий безопасности. Как замечает А. Маслоу, «потребность в безопасности редко выступает как активная сила, она доминирует только в критических, экстремальных ситуациях, побуждая организм мобилизовать все силы для борьбы с угрозой».

♦ **Потребность в принадлежности и любви** – проявляется только после удовлетворения потребностей первых двух уровней. Основная идея заключается в потребности человека любить и быть любимым. Он нуждается в семейных и дружеских теплых отношениях, именно поэтому человек стремится принадлежать к определенной социальной группе, которая обеспечила бы ему такие отношения.

♦ **Потребность в признании** – желание получить устойчивую и высокую оценку собственных достоинств, проявляющуюся в самоуважении и уважении окружающих людей. А. Маслоу делит потребность в признании на два класса: в первый класс входят стремления, желания, связанные с «достижением» (ощущение собственного могущества, компетентности, свободы, независимости); во второй, потребность в репутации или престиже (завоевание статуса, внимания, признания, славы). Удовлетворение потребности в признании напрямую влияет на психологическое самочувствие индивида.

♦ **Потребность в самоактуализации** – по словам А. Маслоу «человек обязан быть тем, кем он может быть»<sup>254</sup>. Потребность в самоактуализации означает стремление человека к самовоплощению, к актуализации заложенного в нем потенциала. Человек начинает ощущать потребность в самоактуализации только после удовлетворения потребностей нижележащих уровней.

Стало быть, модель А. Маслоу раскрывает базовые потребности индивида: физиологические, потребность в безопасности, потребность в признании и потребность в самоактуализации. Иерархия потребностей дает возможность проанализировать характер политического восприятия у людей с различными доминирующими потребностями.

---

<sup>254</sup> Общая психология: тексты в 3 т. / отв. ред. В.В. Петухов. – 2. изд., испр. и доп. – Москва: Психология: Генезис, 2001. Т. 1: Введение / Ред.-сост. Ю.Б. Дормашев, С.А. Капустин. – 2001. – 607 с. С. 486.

В процессе взаимодействия с окружающим миром, человек проявляет тот или иной вид активности, в нашем случае, интерес представляет политическая активность гражданина страны. На индивидуальном уровне, **политическая активность** – это деятельность индивида, выражающаяся в стремлении активно участвовать в политической жизни и отстаивать свои интересы и права<sup>255</sup>. В свою очередь, нежелание принимать участие в политике и безразличное отношение к ней говорит о **политической пассивности** индивида.

Активность индивидов в сфере политики связана с понятием «политического участия» как осознанной, рациональной формой политического поведения личности<sup>256</sup>. В науке принято выделять активные/«мобильные» и пассивные/«иммобильные» формы участия. Активная форма предполагает<sup>257</sup>: позитивные или негативные реакции на колебания политической системы, деятельность институтов и политической элиты; электоральное поведение; участие в деятельности политических и смежных им организациях; прямые действия (участие в митингах, демонстрациях, акциях протеста) и другое.

Пассивная форма политического участия выражена в полной исключенности из политической коммуникации и обусловлена низким уровнем общественного развития. Незаинтересованность людей в политике, как правило, связана с коррумпированностью представителей власти, отсутствием каналов связи между обществом и властными структурами, и как следствие, разочарованием в политических институтах<sup>258</sup>.

Следовательно, **характер политической активности** может выражаться в активной и пассивной формах политического участия, указывающих на вовлеченность индивида в политическую сферу.

### **Вывод по параграфу 1.3.**

Содержание политического образа связано с условиями его формирования, т.е. под воздействием определенных факторов в сознании индивида интериоризуется тот или иной образ страны. В результате авторской интерпретации факторных моделей восприятия можно обозначить конкретные выводы:

---

<sup>255</sup> Ольшанский Д.В. Основы политической психологии. С. 84.

<sup>256</sup> Пфетцер С.А. Теоретико-методологические основания анализа проблемы политического участия // Вестник КемГУ. – 2013. – №4 (56). – С.103-110.

<sup>257</sup> Шестопап Е.Б. Политическая психология: Учебник для студентов вузов / Е.Б. Шестопап. – 2-е изд., перераб. и доп. – М., 2007. – 427 с. С.295-296.

<sup>258</sup> Там же.



**Во-первых**, при анализе образа страны исследователю необходимо учитывать три группы факторов влияния – объектные, контекстные и субъектные. Объектные факторы связаны с институциональным устройством страны, политической системой, политическим режимом и в целом с особенностями властных отношений в государстве. Контекстные факторы относятся к внешним обстоятельствам, сопровождающим процесс политического восприятия. Условно их можно разделить на устойчивые (политическая культура и менталитет) и изменчивые (ситуативные и коммуникативные факторы). Автор достаточно подробно описал контекстные факторы, так как они непосредственно влияют на политическое сознание индивида и формируют субъективные представления о политической реальности. Субъектные факторы находятся в фокусе внимания исследователя, так как именно в них скрыт ответ на вопрос о том, что какие индивидуальные особенности воспринимающего субъекта влияют на образ страны.

**Во-вторых**, в субъектные факторы входят социально-демографический и психологический факторы. Социально-демографические факторы категоризируют индивида по гендерному, возрастному, образовательному, материальному, семейному, территориальному и другим признакам. Психологические факторы связаны с индивидуальными психическими процессами – познавательными, аффективными и волевыми. Протекание психических процессов в сознании индивида подлежит анализу с помощью специальных политико-психологических индикаторов: когнитивного стиля, ценностных ориентаций, политической идентичности, эмоционального знака, потребностей и политической активности. Выбор именно этих категорий обусловлен, во-первых, их доминантностью в политико-психологическом анализе личности, во-вторых, функциональностью в исследовательском процессе.

### **Выводы по Главе 1.**

Первая глава диссертационной работы посвящена анализу теоретико-методологических оснований изучения образа страны. Автор предпринял попытку систематизации научного знания по проблеме восприятия крупных политических объектов в соответствии с целями диссертационного проекта. Основными точками анализа были: феномен социального восприятия и восприятия политической реальности; смысловое и структурное наполнение образа страны; факторы влияния на формирования образа страны в пределах политико-психологического подхода.

Исследования политического восприятия являются закономерным продолжением работ, посвященных проблеме межличностного восприятия, восприятия социальных

объектов, явлений и отношений. Однако, политическая реальность в которой происходит восприятие наделена особым свойством интерсубъективности, которое влияет на воссоздание политических представлений посредством наложения индивидуальных характеристик воспринимающего субъекта на политические объекты (отношения, явления, процессы). Поэтому, для политической психологии актуализируется проблема изучения политической апперцепции страны, представляющей собой фокусированное восприятие целостного политического объекта, с повышенным влиянием личностных особенностей индивида (когнитивных, эмоциональных и поведенческих факторов).

В работе автор называет субъективные представления о стране – гештальтом, описывая его как целостное образование в сознании индивида, состоящее из самодостаточных образов политической реальности. Гештальт страны воспроизводит смешение различных политических, экономических, социальных, территориальных и других образов, которые взаимосвязаны между собой в представлениях воспринимающего субъекта. При анализе гештальта страны большое значение имеет контекстный фактор, который влияет на массовое сознание, особенно для государства в кризисные периоды.

**Исследовательская модель** диссертационного проекта была основана на разработках школы политической психологии Е.Б. Шестопал кафедры социологии и психологии политики факультета политологии МГУ имени М.В. Ломоносова. Модель предполагает анализ феномена восприятия на двух уровнях – **объектном** и **субъектном**, с целью установления между ними устойчивых зависимостей. Другими словами, как характеристики субъекта влияют на формирование того или иного образа политического объекта. **На объектном уровне** схема анализа заключается в рассмотрении образа страны как комбинации из пяти элементов:

- ♦ **образа территории** (географический образ) – представления индивида о территориальных границах, о геополитическом положении, о природно-климатических условиях, об экономической привлекательности территории;
- ♦ **образ истории** – представления индивида об исторических событиях, символах и общественно-политических деятелях, придающие смысловую нагрузку всему образу страны;
- ♦ **образа народа** («образ мы») – представления индивида о личностных качествах народа, о традициях, об обычаях, о менталитете, о языке, о политической культуре;
- ♦ **образа власти** – представления индивида о политической системе, о принципах разделения властей, об основных институтах власти;

- ♦ **образа политического лидера** – представления индивида о личностных качествах политика, связанные с одобрением или неодобрением политической деятельности лидера.

**Субъектный уровень** отражает индивидуальные характеристики воспринимающей личности. На этом уровне формируются статусно-ролевые ожидания в отношении политических акторов, чьи образы содержатся в массовом сознании. Гештальт страны является частью массового сознания какого-либо общества и действует по его «правилам игры», сохраняя субъективную картину мира в ее границах. Тем самым, индивид создает реальный образ страны согласно своим личностным особенностям, не выходя, при этом, за рамки нормального мироощущения.

Субъектные факторы делятся на социально-демографические и психологические. Психологические факторы построены на классической психологической триаде психических процессов: когнитивный, эмоциональный и поведенческий. Данное исследование ориентировано на политико-психологический подход, в русле которого автор выбрал политико-психологические индикаторы для определения когнитивного, эмоционального и поведенческого факторов.

В **когнитивный фактор** вошли индикаторы когнитивный стиль личности (абстрактная/конкретная концептуализация), ценностная ориентация личности (типология социальных характеров М.С. Яницкого и теоретико-методологические разработки А.В. Селезневой) и политическая идентичность личности (теории А. Тэджфела, Дж. Тернера, И.С. Семеновича и Т.В. Евгеньевой).

В **эмоциональный фактор** вошел индикатор эмоциональный знак, который оперировался категорией «просто эмоции» в градации положительный, отрицательный и нейтральный эмоциональный знак.

В **поведенческий фактор** вошли потребности (согласно теории человеческой мотивации А. Маслоу – физиологические, потребность в безопасности, потребность в принадлежности и любви, потребность в признании и потребность в самоактуализации) и политическая активность, выражающаяся в активных и пассивных формах политического участия, вовлеченности индивида в сферу политики.

## ГЛАВА 2. ОСОБЕННОСТИ ВОСПРИЯТИЯ РОССИИ В ПЕРИОД 2014-2016 ГОДОВ: СУБЪЕКТНЫЙ АСПЕКТ

### 2.1. Характеристика исследования

Проведенный в первой главе теоретико-методологический анализ литературы по проблеме восприятия политических объектов позволил сформировать концептуальную модель исследования образа страны, предполагающую установление объектных и субъектных параметров политического восприятия страны и особенности их взаимодействия.

Вторая глава диссертационного исследования посвящена описанию образа России и личностных особенностей российских граждан как центральных элементов процесса политического восприятия. Для нас главной задачей является поиск и определение зависимостей между психологическими факторами «когнитивный/эмоциональный/поведенческий» и спецификой восприятия России. Практическая часть диссертационной работы опирается на данные самостоятельного эмпирического исследования, проводившегося в период с 2014 по 2016 год.

#### Выборка политико-психологического исследования

В течение 2014-2016 гг. было собрано 340 глубинных интервью: 200 – в Центральном федеральном округе; 70 – в Южном федеральном округе и 70 – в Приволжском федеральном округе. Для России в целом, исследование не было репрезентативным, однако, выборка была сбалансирована по полу (мужской/женский), возрасту в четырех категориях (16-24, 25-39, 40-54 и старше 55 лет) и образованию (респонденты с высшим образованием и без него).

В исследовании преимущественно приняли участие жители средних и крупных городов России (93,2%): Москва, Нижний Новгород, Саратов, Самара, Ростов-на-Дону, Краснодар, Сочи и другие. Согласно Росстату<sup>259</sup>, в России на сегодняшний день проживает около 146,5 млн. человек, большая часть которых сконцентрирована в мегаполисах, средних и малых городах страны – 74%, в сельской местности проживает примерно 26% россиян. Учитывая расселение российских граждан, мы считаем, что в рамках политико-психологического исследования субъектных факторов восприятия страны, необходимо

---

<sup>259</sup> Согласно Федеральной службе государственной статистики, подавляющее большинство российских граждан живет в городе – 74%. URL: [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/population/demography/#](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/demography/#) (Дата обращения: 12.11.2016).

рассмотреть именно городское население как главный носитель образа России.

Представленное исследование было нацелено на выявление основных трендов в специфике восприятия страны российскими гражданами, обладающими различными политико-психологическими признаками.

### **Методы политико-психологического исследования**

В качестве основного метода исследования использовался очный опрос – стандартизированное глубинное интервью<sup>260</sup>. Процедура глубинного интервью проводилась в течении 90 минут и представляла собой дискуссию между модератором и респондентом. Привлекательность данного метода обусловлена, с одной стороны, получением более содержательной информации, раскрывающей в большей степени личность интервьюируемого<sup>261</sup>, с другой стороны, полученная информация может быть сравнима и поддаваться классификации.

Заранее разработанный детальный вопросник содержал в себе различные методики анализа объекта и субъекта политического восприятия: семантический дифференциал, проективный тест рисунок «Россия и я», методика «Пирамида потребностей», методика «незаконченные предложения» и метод свободных ассоциаций.

Обработка материалов осуществлялось посредством программного пакета SPSS Statistic, с применением различных видов статистического анализа: частотный анализ, анализ множественных ответов, факторный анализ и корреляционный анализ.

Статистические инструменты позволили построить частотные таблицы, таблицы множественных ответов, таблицы сопряженности и матрицу расстояний шкал.

Исследование носило качественно-количественный характер: с помощью качественных методик, мы рассматривали максимально широкий спектр феноменологии изучаемого явления, пытались раскрыть причинно-следственные связи и анализировали субъектную сторону вопроса; с позиции количественных методов, мы проследили количественные закономерности, опираясь на статистические процедуры.

### **Методология политико-психологического исследования**

---

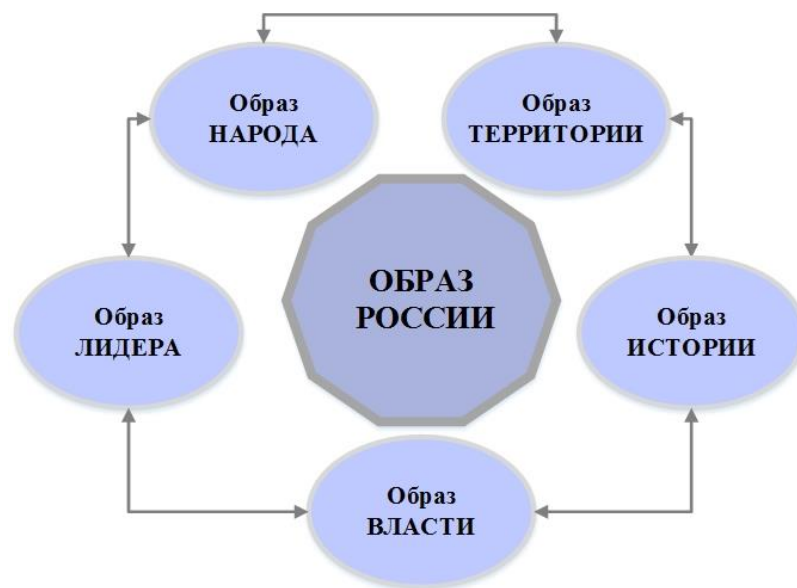
<sup>260</sup> Мельникова О.Т. Фокус-группы в маркетинговом исследовании: методология и техники качественных исследований в социальной психологии: Учеб. Пособие для студ. психол. фак. высш. учеб. заведений. – М.: Издательский центр «Академия», 2003. – 272 с. С. 17.

<sup>261</sup> Белановский С.А. Глубокое интервью: Учеб. пособие. – М.: Никколо-Медиа, 2001. – 320 с. С. 42-53.

Перед исследователем была поставлена **цель** – определить какие психологические характеристики субъекта оказывают влияние на восприятие страны и формирование образа в сознании воспринимающего индивида.

Опираясь на исследования прошлых лет, мы рассматривали вербальный и визуальный образ России в рамках пятикомпонентной модели<sup>262</sup> – образ территории, образ истории, образ народа, образ власти и образ политического лидера (см. рисунок № 3). При этом, образ страны изучался на двух уровнях восприятия – осознаваемом и неосознаваемом.

*Рисунок 3 Структурная модель образа страны*



Исследование образа страны **на осознаваемом уровне** происходило путем построения семантического пространства – методом семантического дифференциала. В качестве методологической основы были взяты труды В.Ф. Петренко и О.В. Митиной, которые подробно описали методы экспериментальной психосемантики<sup>263</sup>. Как отмечают исследователи, семантические пространства выступают операциональными моделями категориальных структур сознания и дают синхронический срез в понимании сознания. Метод семантического дифференциала позволяет применить различные формы анализа по отношению к исследуемому объекту<sup>264</sup>.

Процедура семантического дифференциала состояла в том, что респондентам предлагалась карточка с дихотомическими категориями, характеризующими страну (см. приложение №1). Перед испытуемыми стояла задача – прошкалировать все понятия в

<sup>262</sup> См. Габдрахманова Л.А. Особенности восприятия Республики Татарстан в России и за рубежом: дис. ... канд. пол. наук: 19.00.12. – М., 2011.; Виноградова Н.С. Политико-психологический анализ образа России в англо-американских печатных СМИ (исследование 2008-2009 гг.): дис. ... канд. пол. наук: 19.00.12. – М., 2010.

<sup>263</sup> Петренко В.Ф., Митина О.В. Психосемантический анализ политического менталитета общества // Вестник СПбГУ сер.16. – 2015. – № 3. – С. 27–40.

<sup>264</sup> См. Петренко В.Ф. Основы психосемантики. – 2-е изд., доп. – СПб.: Питер, 2005. – 480 с.

соответствии с собственными убеждениями от минус трех до трех, где «-3» – это самая негативная оценка, «0» – нейтральная оценка и «3» – самая позитивная оценка.

Полученная матрица расстояний шкал подверглась факторному анализу с выделением факторных структур (показателей субъективной оценки образа России) в программе SPSS Statistic. Факторный анализ включал в себя <sup>265</sup> : анализ главных компонентов, метод варимакса и ограничение рассматриваемых показателей пятью. Далее, показатели подлежали интерпретации с присвоением каждому из них названия – «привлекательность», «сила», «стабильность», «авторитет» и «активность».

Для оценки структурных компонентов вербального образа страны в интервью были включены открытые вопросы, с возможностью интервьюера уточнить позицию опрашиваемого. Нами был описан **территориальный** образ страны согласно анализу ответов о территориальных пределах России, о возможностях изменений государственной границы в будущем, о причинах геополитических трансформаций, о союзниках и противниках в международных отношениях.

Образ российской **истории** раскрывался через представления интервьюированных о национальных символах России, исторических «достижениях» и «поражениях», общественно-политических деятелях.

Чтобы составить представление о характере восприятия российского **народа**, респонденту предлагалось порассуждать о том, какими качествами обладают люди, живущие в России, положительными, отрицательными или и теми, и другими, что их объединяет и что их разделяет.

В отношении политического конструкта «**власть**» мы применили методику свободных ассоциаций с уточняющими вопросами, что позволило сформировать представление о российской власти сегодня. Образ власти описан по нескольким смысловым линиям: природа политической власти в России; политические институты, обладающие властью; характер взаимоотношений между властью и обществом. Интерпретация ответов респондентов дала функциональные категории для дальнейшего анализа.

И наконец, образ **политического лидера** был конкретизирован посредством оценки деятельности действующего президента Российской Федерации – В.В. Путина. Ответы респондентов кодировались в соответствии с моделью «привлекательность/сила/активность»<sup>266</sup>. Данные кодировались по шкалам «сила/слабость»

<sup>265</sup> См. главу 19: Бююль А., Цефель П. SPSS: искусство обработки информации. Анализ статистических данных и восстановление скрытых закономерностей. – СПб.: ДиаСофтЮп, 2005. – 608 с.

<sup>266</sup> Шестопал Е.Б. Восприятие В.В. Путина российскими гражданами: 15 лет пребывания во власти // Полис. Политические исследования. — 2015. — № 6. — С. 68–80.

и «активность/пассивность»; шкала «привлекательность/непривлекательность» оценивалась по таким характеристикам лидера как: физические, психологические, моральные, профессиональные, другое, ничего не нравится и все нравится.

Смысловое содержание образа лидера оценивалось по ответам респондентов: о «героях» и «антигероях» России; об идеальных и реальных качествах политического лидера; об одобрении или неодобрении деятельности действующего президента; о роли лидера в урегулировании социальной напряженности.

**На неосознаваемом уровне восприятия** исследование вербального образа страны осуществлялось с помощью метода незаконченного предложения («Россия для меня – это...»), «Я горжусь своей страной потому, что ...», «Мне стыдно за Россию потому, что...»).

Визуальный образ страны изучался посредством проективной психологической методики – рисунок «Россия и я»<sup>267</sup>. Все изображения кодировались в соответствии с исследовательской пятикомпонентной моделью, после чего проводился корреляционный анализ в SPSS Statistic.

Стоит обратить внимание на то, что метод интервьюирования позволил получить больше информации о субъекте восприятия – российских гражданах. Замер психологических характеристик респондентов осуществлялся в рамках исследовательских целей и задач.

Для представленной работы когнитивный, эмоциональный и поведенческий факторы имеют большое теоретико-методологическое значение, так как:

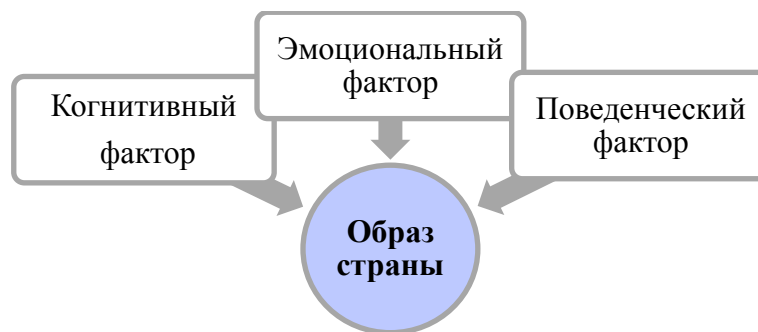
- ♦ во-первых, дают возможность категоризировать индивидов в соответствии с выраженностью определенных индикаторов;
- ♦ во-вторых, именно сквозь призму политико-психологических индикаторов становится возможным определить вид и форму зависимости между тем или иным образом страны и индивидуальными психологическими факторами (см. рисунок № 4).

*Рисунок 4 Модель влияния психологических факторов на формирование образа страны*

---

<sup>267</sup> Мельникова О.Т., Шайдуллина Ю.А. Методика психологического рисунка в качественном исследовании социальных установок // Социология: методология, методы, математическое моделирование. — 2005. — № № 21. — С. 108–127.; Гуреев С.В. Анализ рисунков в социологических исследованиях // СОЦИС. – 2007. – №10. С. 132-139.





Когнитивный, эмоциональный и поведенческий факторы вбирают в себя большое количество психологических характеристик личности, к примеру – мотивы, ожидания, установки, темперамент, уровень конформности, локус контроль и другие, делая структуру личности более насыщенной и полной. Однако, в нашем случае, при изучении политического восприятия, наибольший интерес все же представляют индивидуальные политико-психологические характеристики.

В первый, **когнитивный фактор**, вошли следующие индикаторы:

- ♦ Когнитивный стиль.
- ♦ Ценностные ориентации.
- ♦ Политическая идентичность.

**Когнитивный стиль** респондента операционализировался через конкретную и абстрактную концептуализацию.

**Конкретный** стиль предполагает:

- ригидное мышление;
- зависимость от авторитета и социального статуса представителей политической элиты;
- стереотипность высказываний;
- редукция интерпретации политических событий.

Для **абстрактного** мышления характерно:

- оперирование междисциплинарными терминами;
- оценка политической обстановки с позиции поиска достоверной информации;
- открытость к функциональным изменениям в мире политики;
- выстраивание логических связей между политическими явлениями и событиями.

Для определения стиля мышления респондента, мы анализировали весь текст интервью на наличие признаков того или иного стиля концептуализации.

Индикатор **ценностные ориентации** представляет собой наборы ценностных категорий, наиболее актуализированных в сознании индивида. С целью определить наиболее значимые ценности для респондентов, мы применили упрощенный вариант метода М. Рокича<sup>268</sup>: опрашиваемым давалась карточка с 28 ценностями, из которых они должны были выбрать 5 наиболее значимых для них категорий и объяснить почему эти ценности важны. Нами был использован список ценностей, апробированный в рамках научно-исследовательского проекта кафедры социологии и психологии политики факультета политологии МГУ им. М.В. Ломоносова «Политические ценности и их восприятие в современной России» под руководством А.В. Селезневой.

Категоризация респондентов в зависимости от их ценностных ориентаций основана на типологии социальных характеров М.С. Яницкого, согласно которому существуют адаптирующийся, социализирующий и индивидуализирующий тип личности<sup>269</sup>.

Проблема ценностных ориентаций современных россиян сама по себе слишком обширна и заслуживает отдельного более глубокого исследования<sup>270</sup>, поэтому, в рамках данной работы, были рассмотрены только самые востребованные ценностные категории.

Индивидуальные ценностные наборы отражают идеологические предпочтения личности, т.е. при выборе наиболее предпочтительных ценностей на индивида влияет его идеологическая принадлежность<sup>271</sup>. Однако, как отмечают современные исследователи, классические идеологические теории утрачивают свою адекватность в свете постоянных общественных трансформаций, в результате чего, появляется новая более насыщенная идеологическая палитра<sup>272</sup>.

Принимая во внимание специфику изучаемого явления, мы включили в текст интервью два вопроса, касающихся ценностных ориентаций и идеологических предпочтений индивида, на основе которых стал возможен дальнейший анализ.

Замер **политической идентичности** осуществлялся с помощью метода незаконченного предложения «Для Вас важно, что вы являетесь...». Ответы респондентов

<sup>268</sup> См.: Rokeach, M. The nature of human values / M. Rokeach. – NY.: The Free Press, 1973. –438 p.

<sup>269</sup> Яницкий М.С. Ценностное измерение массового сознания / М.С. Яницкий; Мин-во обр. и науки РФ, Кем. гос. ун-т. – Новосибирск: Издательство СО РАН, 2012. – 237 с. С. 32.

<sup>270</sup> Селезнева А. В. Ценностные детерминанты образа России в сознании россиян // Международные отношения. – 2015. – № 3. – С. 341–347.; Мельникова О.Т., Ерохин Д. О. Качественные методы как инструмент изучения ценностных ориентаций // Вестник Московского университета. Серия 14: Психология. – 2012. – № 1. — С. 19–28.

<sup>271</sup> Бызов Л.Г. Консервативный тренд в современном российском обществе – истоки, содержание и перспективы // Общественные науки и современность. 2015. №4. С. 25-49.

<sup>272</sup> Баранов Н.А. Эволюция идеологических приоритетов российских политических партий // Куда пойдет Россия: новые возможности и ограничения современного развития: сборник статей / Ин-т «Справедливый Мир», Рос. ассоц. полит. науки, Фонд им. Фридриха Эберта, Ин-т социологии РАН; [редкол.: Л.И.Никовская (отв. ред.), В.Н. Шевченко, В.Н.Якимец]. М.: Ключ-С, 2013. С.241-252.

интерпретировались и кодировались в соответствии с современными теориями политической идентичности<sup>273</sup>, что позволило вычленил наиболее распространенные в российском массовом сознании идентификационные конструкты: национально-государственная идентичность, семейно-ролевая идентичность, социокультурная идентичность, этническая идентичность и другие.

Второй, **эмоциональный фактор**, отражает аффективное отношение воспринимающего субъекта к объекту восприятия. В нашем случае, это эмоциональный знак в ответах респондентов, обращенный к образу страны в целом, и к его компонентам по отдельности – к образу территории, образу истории, образу народа, образу власти и образу лидера. Категоризация эмоционального знака проводилась классическим способом: положительное отношение к воспринимаемому объекту, отрицательное отношение и нейтральное.

Третий, **поведенческий фактор**, интерпретировался через потребности и политическую активность респондента.

Что касается индикатора «**потребности**», то в основу исследования легла концепция А. Маслоу, которая рассматривает базовые человеческие потребности как иерархию<sup>274</sup>:

1. Физиологическая потребность.
2. Потребность в безопасности.
3. Потребность в принадлежности и любви.
4. Потребность в признании.
5. Потребность в самоактуализации.

Чтобы узнать, какие базовые потребности проявляются у индивида, мы видоизменили процедуру методики «Пирамида потребностей» в модификации И.А. Акиндиной, дав возможность респондентам прошкалировать от минус одного до трех 15 утверждений в соответствии с внутренними предпочтениями, где «-1» – это хотите менее всего, «0» – нейтральное отношение и «3» – желаете более всего. Каждое утверждение предполагало проговаривание «Я хочу...»<sup>275</sup>: «Добиться признания и уважения»; «Иметь теплые отношения с людьми»; «Обеспечить себе будущее»; «Зарабатывать на жизнь» и т.д.

На выходе, получилась матрица наиболее актуализированных индивидуальных потребностей. Снижение размерности посредством факторного анализа в SPSS Statistic,

<sup>273</sup> Семененко И.С. Культурные факторы и механизмы формирования российской национально-цивилизационной идентичности на рубеже XXI в. – Полис. Политические исследования. 2004. № 1. С. 101-114.

<sup>274</sup> Маслоу Абрахам Г. Мотивация и личность. Перевод с англ. Татлыбаевой А.М. Вступительная статья Акулиной Н.Н. – СПб.: Евразия, 1999. – 478 с. С.77-90.

<sup>275</sup> Настольная книга практического психолога / Сост. С.Т. Посохова, С.Л. Соловьева. – Москва : АСТ; Санкт-Петербург: Хранитель: Сова, 2008. – 671 с. С. 314-318.

позволило определить какие потребности более всего проявляются у каждого опрошенного россиянина.

Индикатор «**политическая активность**» учитывал характер политического поведения, поэтому испытуемым был задан вопрос об их инициативности в сфере политики – использование активного или пассивного избирательного права, наличие или отсутствие членства в партии, высказывание личностной позиции по политическому дискурсу, участие в массовых политических собраниях и другие проявления политической активности. Все полученные ответы кодировались в соответствии с наличием политической активности: да, нет и нейтрально.

Анализ психологических факторов осуществлялся посредством описания ключевых политико-психологических индикаторов: когнитивного стиля, ценностных ориентаций, политической идентичности, эмоционального знака, потребностей и политической активности (см. рисунок № 5).

*Рисунок 5 Модель политико-психологического анализа образа страны*



И наконец, завершив интерпретацию материала, касающегося объекта и субъекта политического восприятия, перед нами была поставлена цель – установить зависимости между неметрическими переменными<sup>276</sup>.

В SPSS Statistic были построены таблицы сопряженности с процентами по столбцу<sup>277</sup>: где строки – это категории зависимых переменных по образу страны, образу территории, образу народа, образу власти и образу лидера; а столбцы – это категории независимых переменных по индикаторам психологических факторов.

Для измерения статистической зависимости между переменными был применен множественный корреляционный анализ. Процедура анализа включала в себя: тест хи-квадрат по формуле Пирсона; интерпретацию степени свободы и уровня статистической значимости; расчет коэффициентов связи между номинальными переменными – лямбда и порядковыми переменными – гамма. Полученные вычисления помогли зафиксировать наличие функциональных зависимостей между переменными, определить направление связи (прямая или обратная) и установить плотность (слабая, средней плотности, плотная) связи.

Таким образом, эмпирический материал качественно-количественного исследования был получен и обработан методами психологии, социологии, политологии, статистики и психолингвистики. Сочетание различных методологических инструментов позволило сделать выводы о жизнеспособности гипотезы диссертационного исследования.

**Гипотезой** исследования является предположение о том, что психологические факторы в комплексе оказывают влияние на формирование образа России, содержащегося в российском массовом сознании. При этом, каждый фактор обладает различной силой влияния на процесс восприятия страны и опосредует образование конкретной формы политического образа, входящего в состав образа России.

Итак, диссертационное исследование, посвященное поиску и установлению зависимостей между политико-психологическими характеристиками личности и особенностями образа России, проходило в несколько этапов.

**Первый этап** исследования отличался теоретико-методологическим оснащением диссертационного проекта:

- ♦ Анализ и редукция имеющейся научной литературы по проблеме восприятия крупных политических объектов;
- ♦ Формулирование гипотез и формирование концептуальной модели исследования;

---

<sup>276</sup> Ахременко А.С. Политический анализ и прогнозирование: учеб. пособие / А.С. Ахременко. – М.: Гардарики, 2006. – 333 с. С.113-132.

<sup>277</sup> Дорогонько Е.Ф. Обработка и анализ социологических данных с помощью пакета SPSS // Учебно-методическое пособие. — Сургут: Издательский центр СурГУ, 2010. – 60 с. С. 29-30.

- ♦ Составление глубинного интервью, отвечающего авторской модели исследования. Гайд-интервью содержал несколько блоков вопросов:
  - вопросы, касающиеся непосредственно самого образа России и его содержательного наполнения;
  - вопросы, относящиеся к структурным компонентам образа страны – образам территории, истории, народа, власти и лидера;
  - расширенная паспортника, с использованием различных методик диагностирования политико-психологических характеристик личности.

На **втором этапе** проходила практическая реализация авторской модели исследования:

- ♦ Сбор данных в период с 2014 по 2016 год представлял собой интервьюирование российских граждан в Центральном, Южном и Приволжском федеральных округах;
- ♦ Систематизация полученных интервью, составление базы данных в Excel и кодирование ответов респондентов в соответствии с авторской моделью;
- ♦ Проведение частотного, факторного, корреляционного анализа и других статистических процедур в программе SPSS Statistic с целью построить таблицы и зафиксировать корреляции между переменными.

**Третий этап** заключался в описании согласно авторской модели единиц аналитического исследования – политических образов и политико-психологических индикаторов когнитивного, эмоционального и поведенческого факторов.

И наконец, на **четвертом этапе** исследования проверялись авторские гипотезы и формулировались корневые выводы диссертационной работы.

### **Выводы по параграфу 2.1.**

В параграфе 2.1 подробно изложена эмпирическая часть диссертационного исследования:

**Во-первых**, сбор качественно-количественных данных (2014-2016 гг.) проводился в условиях специфического политического контекста, характеризующегося кризисным периодом в российской экономике, напряженной международной обстановкой, высокими показателями патриотичности в обществе и пиком национальной поддержки действующего президента РФ – В.В. Путина. Выбор исследовательского ареала – Центральный, Приволжский и Южный федеральные округа, связан с высокой политической, экономической и культурно-исторической значимостью указанных федеральных округов;

условно пространственные рамки исследования можно обозначить как «центральная Россия».

**Во-вторых**, автор обосновывает выбор методологического инструментария – глубинного интервью, семантического дифференциала, проективного рисуночного теста, методики «Пирамида потребностей», методики «незаконченного предложения», метода свободных ассоциаций. Изложенные методы способствовали глубокому политико-психологическому анализу проблемы восприятия страны на осознаваемом/неосознаваемом уровне и в вербальных/визуальных компонентах. Процедура обработки эмпирического материала предполагала ряд статистических видов анализа – частотного, множественных ответов, факторного и корреляционного, что позволило зафиксировать статистически устойчивые закономерности и описать достаточно плотные связи между исследуемыми переменными. С помощью статистического анализа проверялись авторские гипотезы, формулировались основные выводы диссертационного проекта и положения, выносимые на защиту.

**В-третьих**, согласно модели диссертационного исследования, основными переменными политико-психологического анализа стали: с одной стороны, визуальные и вербальные образы страны, территории, истории, народа, власти и политического лидера; с другой стороны, индикаторы психологических факторов – когнитивный стиль, ценностные ориентации, политическая идентичность, эмоциональный знак, потребности и политическая активность.

## **2.2. Содержательное наполнение образа России и его структурных компонентов<sup>278</sup>**

### **Особенности восприятия России в период 2014-2016 гг. на осознаваемом и неосознаваемом уровнях**

Изучение особенностей восприятия России предполагает, прежде всего, анализ содержательных характеристик вербального образа страны. Оценить в общих чертах образ России позволила интерпретация коннотативных значений образа России при помощи метода семантического дифференциала (осознаваемый уровень восприятия) и толкование основных ассоциаций респондентов о своей стране (неосознаваемый уровень восприятия). Метод семантического дифференциала позволил определить характер отношения

---

<sup>278</sup>Результаты эмпирического исследования и основные выводы, приведенные в параграфе 2.2, ранее были опубликованы автором в статье: Джгамадзе К.Б. Политико-психологический анализ образа России: актуальное состояние // Вестник Московского университета. Серия 12. Политические науки. – 2015. – № 6. – С. 54-72.

опрашиваемых к исследуемому объекту, т.е. какой личностный смысл и аффективную окраску имеет образ России в сознании респондентов. В диссертационном исследовании мы взяли за основу методологический принцип семантического дифференциала в разработке В.Ф. Петренко и О.В. Митиной<sup>279</sup>.

В целом, при первом взгляде на семантическое пространство можно говорить о позитивной окраске образа России (см. таблицу №1).

*Таблица 1 Шкалирование качеств, наиболее свойственных России, по мнению респондентов (матрица расстояний шкал)*



Согласно полученным результатам, образ России более всего наполнен положительными категориями: силы (45,6%), независимости (39,4%), перспективности (36,8%), влиятельности (34,3%), единства (32,3%) и друженности (32,0%).

В тоже время, на графике заметна относительно пропорциональная оценка по категориям «несправедливая-справедливая» и «тревожная-спокойная». Из чего можно заключить, что респонденты чувствуют присутствие в стране «несправедливости» (14,2%) и в некоторой степени «тревожности» (7,4%), которые отрицательно сказываются на восприятии России.

<sup>279</sup> Петренко В.Ф. Основы психосемантики. – 2-е изд., доп. – СПб.: Питер, 2005. – 480 с. С.89-97.



С помощью SPSS Statistic была проведена обработка матрицы расстояний шкал посредством процедуры факторного анализа по принципу varimax. Статистический анализ данных позволил выделить следующие показатели:

1. Ведущий показатель **«привлекательность страны»** представлен 6 шкалами, причем по первым четырем шкалам этот показатель доминировал. Ниже приводятся шкалы, с указанием нагрузки каждой шкалы по этому показателю:

неперспективная-перспективная	0,770
отталкивающая-привлекательная	0,728
ненадежная-надежная	0,635
несправедливая-справедливая	0,585
бедная-богатая	0,486
неблагополучная-благополучная	0,458

Высокой нагрузкой по показателю «привлекательность» обладают категории «перспективность» и «привлекательность», а низкой – «богатство» и «благополучие». Интерпретировать такие результаты можно следующим образом: когда респонденты оценивают привлекательность России, они прежде всего говорят о перспективах будущего развития страны и привлекательности проживания на ее территории. Что же касается «благополучия» и «богатства», то для россиян эти категории являются менее важными в оценке привлекательности России.

Формула первого показателя: *«Привлекательность страны через будущие перспективы»*. Это означает, что респонденты связывают привлекательность своей страны с образом-будущего, испытывая ожидания по поводу улучшения социальной защищенности и справедливости в российском обществе.

2. Вторым показателем стала **«сила страны»**, в который вошли 5 шкал, причем в четырех из них этот показатель оказался доминирующим:

распадающаяся-единая	0,792
разобщенная-сплоченная	0,695
слабая-сильная	0,608
опасная-безопасная	0,556
зависимая-независимая	0,457

Особенностью этого показателя является связь между «единством»/«сплоченностью» и «силой», т.е. можно заключить, что для респондентов, сильная Россия – это страна с реализуемыми принципами национального единства и согласия.

Формула второго показателя: *«Сила страны через национальное единство»*.

Интервьюированные россияне рисуют в своем сознании образ сильной страны через сплоченность, единение всей нации, видя в этом ресурс повышения общественной безопасности.

3. Третий показатель, представленный 6 шкалами, можно назвать **«стабильность страны»**. Шкал, в которых этот показатель доминировал, оказалось четыре:

тревожная-спокойная	0,748
бедная-богатая	0,616
неблагополучная-благополучная	0,513
отсталая-развитая	0,487
опасная-безопасная	0,498
несправедливая-справедливая	0,457

Показатель «стабильность» нацелен на материальный достаток и спокойную безопасную жизнь в стране. Важно отметить, чтобы образ России обладал «стабильностью», стране необходимо следовать по пути экономического развития и роста материального благополучия.

Формула третьего показателя: *«Стабильность страны через материальное благополучие»*. Устойчивость образа страны определяется материальной обеспеченностью ее граждан.

4. Четвертый выделенный показатель – **«авторитет страны»**, который представлен 4 шкалами, с тремя доминирующими:

неуважаемая-уважаемая	0,783
невлиятельная-влиятельная	0,684
зависимая-независимая	0,536
отсталая-развитая	0,443

Показатель «авторитета» связан с международным позиционированием государства. Респонденты, характеризующие Россию по этому показателю, оценивают то как ее уважают другие государства, каким влиянием она обладает на мировой арене, и насколько она независима в политических вопросах.

Формула четвертого показателя: *«Авторитет страны через международное влияние»*. Здесь внимание интервьюированных россиян сосредоточено на внешнем образе страны – особенностях внешнеполитического восприятия государства, какое стратегическое положение оно занимает в мировом сообществе.

5. Пятый показатель, обозначенный как **«активность страны»**, является самым слабым из представленных и включает в себя 4 шкалы, только две из которых доминируют:

закрытая-открытая	0,882
враждебная-дружественная	0,696
отсталая-развитая	0,471
неблагополучная-благополучная	0,417

Показатель «активность» характеризуется с помощью процессов коммуникации и развития. Для того чтобы образ России обладал положительно заряженной активностью, во-первых, страна должна быть открыта к новым международным связям, во-вторых, внутри страны должны поддерживаться благоприятные условия для дружественного проживания различных социальных общностей, и в-третьих, открытые границы должны способствовать развитию и прогрессу.

Формула пятого показателя: *«Активность страны через открытую коммуникацию»*. В семантическом пространстве респондентов увязаны открытость, дружелюбность, развитость и благополучие как признаки активного государства.

Факторный анализ диссертационного проекта подтвердил универсальность выделенных Ч. Осгудом параметров – «оценка/привлекательность», «сила» и «активность»<sup>280</sup>. Также, были обнаружены показатели «авторитет» и «стабильность», которые можно использовать в будущих политико-психологических исследованиях образа страны. Наиболее сильными факторными структурами стали первые три показателя – «привлекательность», «сила» и «стабильность» (см. приложение №2). Это означает, что при исследовании особенностей восприятия российскими гражданами какой-либо страны, ученый в первую очередь должен обратить внимание на показатели «привлекательность», «сила» и «стабильность».

Имея матрицу расстояний шкал (см. приложение №3) и описание факторных структур, мы получили возможность охарактеризовать образ России согласно семантическому пространству опрошенных россиян:

1. Привлекательность образа России связана с будущими перспективами, однако в настоящем, население очень остро реагирует на отсутствие справедливости в отношении себя;
2. В сознании респондентов содержится образ сильной России, который черпает свои силы в единстве и сплоченности нации;
3. К сожалению, Россия не воспринимается как стабильная страна, причинами могут быть: недостаточная экономическая и политическая развитость государства; широкое распространение материального неблагополучия.

---

<sup>280</sup> Osgood Ch. Studies on generality of affective meaning system // Amer. Psychol. – 1962. – V.17.

Комбинация критических условий влияет на повышение тревожности в российском обществе;

4. Россия воспринимается своими гражданами как авторитетная страна, с влиятельной международной политикой;
5. Образ России наполнен противоречивой активностью – страна проявляет высокую активность в международных и межнациональных отношениях, при этом, Россия лишь на половину стремится к развитию и благополучию своих граждан.

**На осознаваемом уровне восприятия, Россия** – это сильное, активное и авторитетное в международных отношениях государство, с высоким потенциалом будущих перспектив развития, однако, имеющее проблемы в настоящем, которые связаны с материальным неблагополучием населения и распространением социальной несправедливости.

С помощью метода незаконченного предложения («Россия для меня – это...») мы имели возможность сформировать первичное представление о специфике восприятия России. Большинство интервьюированных россиян отождествляют свою страну с **«Родиной»** (53,7 %): *«Россия для меня – это моя Родина, родная, прекрасна и любимая, где я хочу жить и умереть»*; *«Россия – это духовная Родина, мои родители, бабушки, дедушки все родом из России, поэтому это и моя историческая Родина тоже. А в целом это великая страна, которую я очень люблю и горжусь тем, что тесно связана с ней»*.

Примечательно, что определение своей страны с категорией «Родина» не подлежит сомнению среди опрошенных граждан, более того, они отмечают неуместность разъяснений об индивидуальном понимании чем для них является Россия. На основе полученных ответов, можно высказать предположение, что процесс социализации опосредует формирование положительного образа своей страны, как места, где человек, его предки и будущие потомки проживают свою жизнь. Особенно важной здесь видится роль семьи, которая укрепляет идентификационные связи между индивидом и историей его страны.

Второй по значимости категорией, детерминирующей Россию, в ответах респондентов стал **«дом и место, где я живу»** (15,6%): *«Россия – это мой дом, красивейшие просторы, деревушки, церкви, восхитительные храмы, страна, в которой хочется жить, воспитывать детей, страна, из которой нет ни единого желания уехать»*.

Около 10% опрошенных россиян ассоциируют Россию с **«сильным государством»** и **«великой державой»**: *«Россия для меня – это не просто государство, это страна с сильным военным потенциалом и оборонной промышленностью, а это самое главное в*

*нынешнее время»; «Россия – сильная страна, которая может устоять перед всеми вызовами и защитить свой народ перед внешними угрозами».*

При анализе восприятия своей страны интервьюированными россиянами было отмечено, что темпоральный образ России по линии прошлого опирается на представления о «Родине», а линия настоящего-будущего ассоциируется с «домом» и «сильным государством». Для респондентов ассоциация России с сильным государством отвечает на потребность в безопасности, т.е. защитить свой народ от внешних угроз способно только сильная в военном отношении держава.

Тем самым, категории «Родина», «дом» и «сильное государство» связаны между собой семантически, т.к. первая обозначает место, где человек родился (родное место), вторая – место, где человек живет и планирует свое будущее, третья, безопасное защищенное место для жизни. Согласно теории структурного баланса Ф. Хайдера, представления респондентов о России как «Родине», «доме» и «сильном государстве» формирует сбалансированный в темпоральном и пространственном измерении образ страны.

Помимо прочего ответы россиян содержали когнитивно слабую категорию «**страна**» (6,5%) и достаточно большой процент абстрактных ассоциаций (14,7%).

Методикой неконтролируемых ассоциаций был вскрыт **неосознаваемый уровень восприятия России**. В частности, глубинный образ России содержит сильный позитивно-заряженный смысловой конструкт «Родины», формирующий связь прошлого между субъектом и объектом восприятия. Россияне хотят видеть свое будущее в родной сильной стране, представляя Россию своим домом и безопасным местом для жизни.

Анализ осознаваемого и неосознаваемого уровней восприятия страны демонстрирует согласованность по показателю «сила» страны, это означает, что в сознании россиян имеется устойчивый образ сильной России. При этом существуют и некоторые различия в темпоральном образе России: на осознаваемом уровне, как правило, значение имеет образ-настоящего и образ будущего; на неосознаваемом уровне проявляется образ-прошлого и образ-будущего, игнорируя образ России сегодня. Объяснение такой закономерности связано с психическим самочувствием индивида: объективно респонденты знают, что в настоящем их положение не отвечает желаемым запросам, поэтому неосознанно размышляют в категориях прошлого и будущего, сопровождаемых более привлекательными образами.

### **Структурные компоненты образа России**

В теоретической части диссертационной работы отмечается важная особенность восприятия России – мозаичность образа страны. Посредством интерпретации ключевых компонентов образа страны, становится возможным определение специфики восприятия России своими гражданами. Учитывая этот феномен, мы использовали **пятикомпонентную структуру образа страны**, включающую в себя:

- ♦ **образ территории** – описание места страны в мире (авторитет, друзья и враги), анализ представлений респондентов о фактических и желаемых границах страны;
- ♦ **образ истории** – интерпретация важных исторических событий, оценка представлений об общественно-политических деятелях и национальных символах;
- ♦ **образ народа** – рассмотрение типичных черт характера населения страны;
- ♦ **образ власти** – анализ ответов респондентов о политических институтах и природе их властных полномочий;
- ♦ **образ политического лидера** – описание национальных положительных и отрицательных персонажей («героев» и «антигероев») и оценка личностных характеристик «идеального» и «реального» политического лидера.

Каждый компонент сам по себе имеет функциональное наполнение и заслуживает отдельного научного исследования, однако, в данном проекте упор сделан на анализ целостного представления (гештальта) россиян о территории, истории, народе, власти и лидере своей страны. Изучение этих пяти элементов позволит дать более точную оценку специфике политического восприятия России. В работе приводится описание вербальных образов территории, истории, народа, власти и лидера, как на осознаваемом, так и неосознаваемом уровнях, в зависимости от сложности интерпретации изучаемого явления.

Чтобы определить вклад каждого компонента в общую картину восприятия страны, мы использовали проективную методику – рисунок «Россия и я»<sup>281</sup>. В течение 10 минут респондентам предлагалось нарисовать Россию и себя в качестве рисунка. Полученный материал был закодирован по принципу «что изображено на рисунке» – территория, исторические события/символы, народ, власть и/или политический лидер.

Примерно две трети испытуемых (60,1%) изображали на чистом листе бумаги образ российской территории. Квантификация рисунков позволила выделить признаки, характеризующие территорию России (см. приложение №4): красивая природа с богатым

---

<sup>281</sup> Мельникова О.Т., Шайдуллина Ю.А. Методика психологического рисунка в качественном исследовании социальных установок // Социология: методология, методы, математическое моделирование. – 2005. – № № 21. – С. 108–127.

растительным и животным миром (поля, леса, горы, реки, моря, березы, медведи, зайцы, волки); большая территория; «дом» – место где живет респондент; национальные ресурсы (нефтяные вышки, газ).

Половина интервьюированных россиян (52,1%) рисовали элементы образа российской истории. Рисунки содержат символы государственности (флаг, герб), конкретные символы места (Московский Кремль, собор Василия Блаженного, сталинские высотки, «Родина-мать зовёт»), персон отечественной культуры, литературы и науки (А.С. Пушкин, Ф.М. Достоевский, Ю.А. Гагарин, Д.И. Менделеев) и непосредственно даты важных исторических событий для России (крещение Руси, Отечественная война 1812 года, Великая Отечественная война, первый полет человека в космос и т.д.) (см. приложение №5).

Около 40% рисунков содержали образы народа. На неосознаваемом уровне образ народа проявляется в изображениях: «Я-образа»; образа семьи; матрешки; скопления маленьких «человечков» (см. приложение №6).

Гораздо меньше испытуемых (17,8%) нарисовали образ власти, и примерно столько же (17,2%) изобразили на своем листе фигуру политического лидера. Так, власть неосознанно отождествляется: с Кремлем; с символами государственной власти; с группой лиц, стоящих выше всех; с коррупцией; с деньгами (см. приложение №7).

Рисунки с образом политического лидера чаще всего содержали сюжетные изображения: один «человек» стоит намного выше других и оказывает на них воздействие; хищное животное ведет за собой остальных зверей; сильный богатырь берет под контроль неуправляемого медведя и другие. Также, респонденты изображали действующего президента России – В.В. Путина, помещая его в центр композиции, либо смысловой фокус (см. приложение №8).

Отдельного внимания заслуживает вопрос о том, как соотносятся между собой компоненты образа страны. Рисунки продемонстрировали, что у россиян, на неосознаваемом уровне восприятия, сформирован образ страны по следующему принципу (см. приложение №9)<sup>282</sup>:

- ♦ Образ истории связан с образами территории и народа. Сюжетная линия таких рисунков заключается в изображении людей разного пола, возраста и национальности на фоне прекрасной русской природы, подкрепляемые национальными символами.

---

<sup>282</sup> В SPSS Statistic проводился корреляционный анализ между элементами образа страны, который установил плотные зависимости между переменными «территория» и «народ», «народ» и «лидер», «народ» и «власть».

- ♦ Образ народа связан с образом политического лидера. Такие рисунки изображают сюжет, в котором лидер ведет и защищает свой народ.
- ♦ Образ народа связан с образом власти. Самая негативная сюжетная линия в рисунках – народ страдает от произвола власти.

Таким образом, рисуночный тест «Россия и я» сформировал визуальное наполнение образа страны. Используемый метод дал возможность наложить пятикомпонентную структуру образа России на индивидуальные образы респондентов. В ходе анализа было зафиксировано, что рисунки испытуемых, перед которыми стояла задача нарисовать себя и свою страну, содержали все элементы исследовательской модели. При этом, компоненты образа страны имеют статистические зависимости между собой: образ территории связан с образами истории и народа, образ народа с образом лидера и образ народа с образом власти. В картине визуального восприятия страны «народ» присутствует практически во всех сюжетных комбинациях, тем самым, ядром визуального образа страны является образ народа.

## **Территориальный образ России**

### *Место России в мире*

В ходе исследования было зафиксировано, что Россия воспринимается как «победительница», на протяжении всей своей истории стремившаяся к «миру во всем мире», она является сильным, активным участником в международных отношениях. Однако, в мировом сообществе есть группы стран, которые нивелируют достижения России, принижают ее роль в урегулировании международных конфликтов и дистанцируют по вопросам международной политики.

Большинство опрошенных россиян недругом России считают Соединенные Штаты Америки (90,9%), на втором месте по напряженности отношений между государствами стало правительство Украины (41,8%), затем Турция (9,1%) и НАТО (9,1%).

Согласно мнению респондентов, к дружественным странам по отношению к России относятся Китай (87,5%), Германия (25%) и Индия (25%). Кроме того, россияне высказывают позицию о необходимости сотрудничать с международными организациями СНГ, ШОС, ЕАЭС, ОПЕК, БРИКС и другими.

### *Границы России*

Принимая во внимания полученные результаты, можно отметить, что образ российской территории соответствует **реальным границам** РФ – 52,4% опрошенных (см. таблицу №2): «Россия ограничивается существующей государственной границей, потому



что она отражает исторические реалии и существующие в мире законы и практику их применения».

Таблица 2 «Какими пределами лично для Вас ограничивается Россия? Почему?»

Категории	%
Нынешняя территория России	52,4
Безгранична	24,7
Пространство бывшего СССР	8,2
Регионом, где проживаю	3,5
Не знаю/ нет ответа	11,2

Присоединение республики Крым в 2014 году оказало значительное влияние на национальное самосознание россиян, более того, спустя полтора года мы отмечаем, что политическое событие, изменив территориальный образ России, достаточно прочно вошло в существующую картину мира российских граждан. Несмотря на короткий временной промежуток между присоединением полуострова и проведением диссертационного исследования, в сознании респондентов уже произошла натурализация данного события и принятие его как объективной реальности.

24,7% опрошенных считают, что Россия **не имеет границ** в принципе: *«Не ограничивается пределами, потому что наши соотечественники живут по всему миру»*; *«Поскольку я русская, воспитанная в русской культуре, Россия всегда со мной и не может чем-либо ограничиваться»*.

Подобная форма территориального образа России эксплицируется в рамках политической культуры российского общества и отражает отдельные черты менталитета россиян. Для респондентов их родная страна распространяет свою уникальную культуру во всем мире, и тем самым, подкрепляет патриотические чувства личности.

В общественном сознании до сих пор сохраняются представления о территории Советского Союза как наиболее подходящей конструкции для развития государства. Небольшой процент опрошенных россиян считают, что Россия занимает **территориальное пространство бывшего СССР** – 8,2%: *«Россия для меня ограничивается границами бывшего СССР – границами «русского мира»*; *«Пожалуй, границами бывшего СССР. Это общая ментальность, принадлежность к великой истории, общая судьба, если хотите»*.

Единицы (3,5% опрошенных) обозначают Россию **регионом, где они проживают**: *«Россия ограничивается пределами города Москва»*.

Помимо дискурса о территориальных границах России, ответы испытуемых содержали прогнозы о геополитическом положении российского государства. У

большинства респондентов существует устойчивое убеждение в сохранении российских границ без изменений в ближайшем будущем – 45,3%.

Считая, что современные территории России достаточно обширны, респонденты делают акцент на обеспечения стабильности и благосостояния существующих пространств: *«Мне кажется, что Россия достигла уже той территории, с которой ей будет наиболее комфортно развиваться дальше»; «Границы будут неизменными, первоначальная задача – сохранить за собой существующие территории, тогда Россию ждёт большое будущее, а экспансия штука дорогая и безнадёжная».*

Россиян пугают возможные геополитические изменения, так как они могут привести к новым антироссийским санкциям, обострению экономического кризиса и крупным международным конфликтам: *«Я бы не хотела каких-нибудь территориальных изменений, снова финансовые проблемы и снова международное неодобрение, которое только усилит первое».*

В тоже время, примерно треть опрошенных (36,8%) высказалась за **изменение** государственной границы России: *«Я надеюсь, что границы увеличатся, мы должны достичь величия былого»; «В скором времени мы вернем часть территорий, некогда отсоединившиеся после распада СССР».*

По мнению респондентов, причинами изменений, в сторону **увеличения** российских границ, могут стать:

- ♦ гражданские, межнациональные войны;
- ♦ экономическая дисфункция государства;
- ♦ политический кризис стран бывшего СССР, выразившийся в цветной революции, государственном перевороте;
- ♦ идеи «державности» и «воссоединения русского народа».

В будущем в состав России могли бы войти: восток Украины, Южная Осетия, Абхазия, Белоруссия, ЛНР и ДНР, Армения, Казахстан, Аляска и прочие территории.

Также, есть опасения относительно **уменьшения** российских границ в силу различных факторов и обстоятельств:

- ♦ экономической независимости региона;
- ♦ усиления национальной самоидентификации внутри отдельно взятой республики (культурная, языковая и конфессиональная принадлежность приобретет большее значение);
- ♦ недальновидной политики российской власти;
- ♦ экспансии Китая.

Согласно данным интервьюирования, в будущем из состава России могли бы выйти:

Дагестан, Чечня, Татарстан, Северная Осетия, Калининград, Сибирь, Дальний Восток, Сахалин, Курильские острова и другие.

Были и альтернативные точки зрения (15,4%): **во-первых**, респонденты описывали различные сценарии геополитического будущего России, и увеличение, и уменьшение, и сохранение прежних границ, все зависит от внешних и внутренних условий, различной группы факторов. К примеру: *«Что касается территориальных границ России, я думаю они не изменятся в ближайшие 5-8 лет. Но прогнозировать территориальные изменения нашей страны очень рано и сложно»*.

**Во-вторых**, в некоторых ответах содержалась любопытная мысль о разрастании процессов глобализации и идей космополитизма: *«Мы живём в период истории, когда собственно границы государств становятся всё менее значимыми и всё более прозрачными; суверенитет государств становится формальным. Всё большее значение приобретают международные объединения вокруг государств-центров силы...»*.

И наконец, совсем немногие респонденты (2,6%) в принципе не имеют представления о геополитическом будущем России.

В целом, **территориальный образ** России соответствует реальному геополитическому положению страны. Образ территории достаточно быстро обновился и отражает фактическое состояние российских границ. Для образа территории России характерны трансформационные процессы, это могут быть и расширение пространства за счет исторически-близких территорий, и уменьшение, по причинам внутренних социально-экономических, политических и этнических проблем. Восприятие России в международном пространстве отличается претензиями на верховенство и державность, которые подпитываются традициями политической культуры.

## Образ российской истории

### *Национальные символы России*

В гештальт России преимущественно входят **символы государственности** (48,5%) такие как: флаг, герб, гимн, русский язык, Конституция, рубль и президент.

Также, символическая сторона образа страны включает в себя **конкретные символы клише** (46,7%): Красная площадь, собор Василия Блаженного, Московский Кремль, озеро Байкал, тайга, Сибирь, Храм Христа Спасителя, Петропавловская крепость.

В ответах россиян помимо конкретных присутствовали и **абстрактные символы клише** (22,5%): огромная территория, красивая природа, леса, зима, снег, газ, нефть, медведь, водка, береза, красная звезда.

Среди **символов культуры и народа** (26,9%) были: балалайка, самовар, шапка-ушанка, матрешка, сани, богатыри, православный крест, русский балет, веселый народ, масленица, борщ, «дураки и дороги» и прочие.

Символьное наполнение образа российской истории также **персонифицировано**, как и образ власти. К символам российской истории относятся персоны: В.В. Путин, А.С. Пушкин, Ю.А. Гагарин, Л.Н. Толстой, Ф.М. Достоевский, В.И. Ленин, И.В. Сталина, Петра I, А.В. Суворова и других.

Позитивные символы или **символы-достижения** (около 8%) обозначают важные для страны исторические события и выдающиеся общенациональные проекты: Олимпиады, победы в войнах, космос, автомат Калашникова, оружие и так далее.

Образ российской истории наполнен широким спектром символов, делая его более ярким и наполненным, окрашивая в положительные аффекты и подкрепляя идентификационные связи между личностью и ее страной. Однако, стоит отметить, что символьная сторона образа подвержена психологическим механизмам стереотипизации и идентификации. В соответствии с теорией У. Липпмана<sup>283</sup>, испытуемые чаще использовали простые символы государственности и конкретные символы-клише, т.к. они преимущественно остальных вписаны в современную российскую политическую реальность. Механизм идентификации проявляется в персонифицированности символьного образа России – это конкретные исторические личности и абстрактные народные персонажи.

#### **«Достижения России»**

Примерно половина интервьюированных россиян (47,1%) отмечали великую историю России: *«В истории России есть много того, чем можно и нужно гордиться»*; *«Одна страна, которая не склонила голову перед фашистской Германией»*. Политическое сознание респондентов, по большей части, наполнено знаниями о событиях, которые иллюстрируют государственную силу и мужество российского народа. К таким историческим эпизодам относятся победы в войнах и значимые политические события (см. таблицу №3).

*Таблица 3 События в истории России, вызывающие чувство гордости*

<b>Событие</b>	<b>%</b>
Победа в Великой Отечественной войне 1941-1945 годов	87,5
Первый полет человека в космос	29,7
Присоединение полуострова Крым в 2014 году	20,3

<sup>283</sup> См.: Липпман У. Общественное мнение / Пер с англ. Т.В. Барчуновой; Редакторы перевода К.А. Левинсон, К.В. Петренко. – М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. – 384 с.

Проведение Олимпиады в Сочи в 2014 году	17,2
Победа в Отечественной войне 1812 года	15,6
Спортивные достижения	12,6
Принятие христианства на Руси	9,4

На втором месте по частоте упоминаний достижений России (25,8%) стала сильная и авторитетная позиция страны в вопросах международной политики: *«Наша страна не зависит ни от кого, и мы ни перед кем не склоняемся»*; *«Самая миролюбивая, сильная, всегда готова прийти всем на помощь»*; *«Россия дает спокойствие, мир нашим гражданам, никогда не вторгается во внутренние дела других стран»*. Несмотря на гуманистический посыл российской политики, респонденты отмечают умножающийся военный потенциал страны, который подкрепляется решительными внешнеполитическими действиями российского руководства: *«Россия – мощная военная держава, которая способна отстоять свою политику»*.

Третье место по значимости достижений России занял образ российского народа (21,9%), как сильной, героической, талантливой нации, преодолевающей любые препятствия: *«В России живет сплоченный народ с развитым чувством патриотизма»*; *«Русский народ никогда не преклонял ни перед кем колени и сохранил свою самобытность»*; *«Мы уникальный народ не похожий на большинство»*.

Кроме того, к положительным качествам России интервьюированные россияне отнесли: богатую культуру и традиции (13,5%); большую территорию страны (7,7%); красивую природу (5,8%); изобилие природных ресурсов (3,9%).

Примечательно, что среди достижений России опрошенные указывали сильного политического лидера страны – президента В.В. Путина (2,6%): *«Горжусь потому, что возглавляет эту мощь самый достойный человек – В.В. Путин»*.

Наиболее успешными историческими периодами России, по мнению респондентов, были: правление Петра I; правление Екатерины II; послевоенный период с 1945 по 1970-е гг. и в целом советский период; современный период развития страны во главе с В.В. Путиным.

Мобилизационный тип политической культуры россиян повлиял на представления о России, связанные с военными победами, стратегическими достижениями, международным влиянием, героичностью народа, а также обусловил выбор «наиболее успешных» исторических периодов. Ответы испытуемых подтверждают ориентацию российского народа на достижение чрезвычайных целей и доминирование патриархальных традиций.

Аналитический взгляд на ответы россиян привел нас к некоторым предположениям:

- ♦ На темпоральное восприятие России существенное влияние оказывает личность политического лидера, и чем сильнее личность, тем позитивнее воспринимается страна в соответствующий период правления этого лидера;

- ♦ Парадоксально, что наиболее трудные времена в истории России считаются респондентами самыми успешными. Менталитет россиян, для которых национальные победы и преодоление серьезных проблем куда более значимей, чем константное развитие государства, оказывает значительное воздействие на специфику восприятия страны.

Таким образом, складывается характерная для российского общества модель политического поведения: сильное государство во главе с сильным политическим лидером опирается на народ и вершит яркую победоносную историю, достойную гордости последующих поколений.

Что касалось чувств гордости, то помимо политических и военных побед среди достижений России респонденты указывали культурные, научные, спортивные преимущества и отмечали природные богатства страны. Тем самым, наиболее положительные эмоции респонденты неосознанно проявляли в отношении образов территории, народа и политического лидера.

#### **«Поражения России»**

Ситуация с отрицательными ассоциативными событиями демонстрирует смещение вектора эмоциональности с образа территории, народа и лидера, на образ политической власти. Исторические эпизоды, связанные с ошибками власти в большей степени порицались интервьюированными россиянами.

Российское прошлое содержит исторические прецеденты, которые негативно окрашивают современный образ страны. В качестве таких событий респонденты отмечали социально-политические потрясения, непосредственно отразившиеся на российском народе (см. таблицу №4).

*Таблица 4 События в истории России, вызывающие чувство разочарования*

<b>Событие</b>	<b>%</b>
Сталинские репрессии	42,9
Распад СССР	34,7
Чеченские войны	16,3
Гражданская война	14,3
Афганская война	12,2
Передача Крыма Украине	12,2

Террористические акты	8,2
Правление Ельцина	8,2
Дефолт 1998 г.	8,2

Согласно ответам респондентов, слабой стороной образа России являются многочисленные социальные проблемы (35,2%):

- ♦ недостаточная социальная поддержка населения – *«Нет бесплатного жилья, обучения, маленькие пенсии, не хватает детских садов»;*
- ♦ безработица – *«Слишком много безработных людей, бомжей»;*
- ♦ бедность – *«Мне стыдно за Россию, потому что в богатой стране почти половина населения живет за чертой бедности»;*
- ♦ алкоголизм и наркомания – *«У нас много алко и наркозависимых».*

Эмоциональный фон, содержащийся в ответах респондентов, наполнен отрицательными аффектами: *«обида на свое государство, которое не проявляет заботы о своих гражданах».* Свойственный российской политической культуре этатизм проявляется даже на эмоциональном уровне в отношениях общество-власть. Народ нуждается во внимании и заботе со стороны власти, причем, в данном случае, внимание не предполагает понимание – для россиян важнее аффективная сторона вопроса, нежели когнитивная.

Интервьюированные россияне обеспокоены ориентацией российской власти на внешнюю политику, подвергая рискам внутреннюю: *«Уровень жизни населения внутри страны не соответствует той политике, которую мы проводим на международной арене»;* *«правительство направляет все силы на внешнюю политику и практически не занимается внутренней».* Восхищение народа от достижений в международной политике постепенно нивелируется кризисной социально-политической обстановкой в стране. Россияне все чаще задают вопрос о том, насколько оправдана жесткая позиция России в отношениях с Европой и США.

Как показало наше исследование, россияне негативно оценивают излишнюю сосредоточенность действующей власти на внешней политике, при этом, они высказывают недовольства в адрес других стран, которые должным образом не считаются с российской позицией на международной арене: *«Все нападают, а мы всех прощаем, просто стоим и терпим. Дали по одной щекке, подставляем другую щекку».* Данный феномен можно интерпретировать проявлением психологического механизма идентификации, т.е. респондент переносит негативное отношение других стран к России на свою личность. Тем самым, любые оскорбления, нанесенные членами международного сообщества, оказываются восприняты как личные обиды.

Определенная доля интервьюированных россиян (около 20%) испытывала чувства разочарования своей страной по причине нереализации политического, экономического, социального, культурного и других видов потенциала: *«Мне стыдно за Россию потому, что она не может доказать своей уникальности и силы»; «Россия могла бы быть более успешной и знаменитой в мире»; «Имея свою огромную страну, мы не можем произвести свои собственные продукты, а все покупаем из-за границы».*

Закономерным явлением стали ответы респондентов (15%) о многовековых традициях коррупции и бюрократии в России: *«Можно было бы поднять уровень жизни на более высокий уровень, если бы не была так распространена коррупция»; «В России ещё не побеждена коррупция, есть олигархи, сильна бюрократическая система, не соблюдается законность».*

Чувства разочарования у россиян в большей степени вызывает образ власти, в отношении которого респонденты проецируют ожидания на социально-экономическое благополучие. В сознании испытуемых происходит расхождение реальных и идеальных представлений о власти, что негативно сказывается на восприятии данного политического объекта.

Опрошенные россияне (5,1%) еще одной преградой к достижению благополучия своей страны считают диспропорцию в развитии регионов: *«Развивая и улучшая крупные города, Россия забывает о небольших провинциальных городках. Стыдно, что страна не заботится о том наследии, которое было оставлено предыдущими поколениями»; «Процветает центр, а периферия разрушена».*

Весьма любопытно, что респонденты относят образ российского народа как к сильным сторонам России (21,9%), так и к слабым (18,6%), перечисляя негативные качества россиян (лень, бездействие, малообразованность, глупость): *«Многие россияне позорят имя государства, гражданами которого являются»; «Из-за недостойного поведения отдельных жителей формируется неправильные стереотипы о нашем народе»; «За Россию мне не стыдно, стыдно за отдельных людей, живших и живущих ныне в России».*

Аналитический взгляд на представления респондентов о «поражениях России» связывает переменные «негативные качества россиян» и «отсутствие заботы со стороны власти/государства». Общественное мнение осуждает девиантное поведение отдельных граждан и считает, что такому поведению способствует «бездействие» и «недобросовестное выполнение своих обязанностей» российской политической власти. Именно поэтому власть должна больше проявлять заботу о своих гражданах, ибо они *«как малые дети шалят и не слушаются».*



Невзирая на отмеченные выше «недостатки» исторического образа России, существенный процент опрошенных россиян (25,6%) уверяют, что у них нет оснований для стыда за Россию: *«Нет веских причин для того, чтобы было стыдно за Россию. Да, мы совершали ошибки, но не ошибается тот, кто ничего не делает»*. В данном случае, мы отметили явное проявление эффекта ингруппового фаворитизма: респондент входит в социальную общность «россияне» и формирует представления о России, не имеющие негативных аффектов, особенно в сравнении с другими странами.

Как видим, **образ российской истории** наиболее плотно связан с другими элементами образа страны, в нем отражаются представления о территориальном пространстве России, о достоинствах и пороках российского народа, в нем сокрыт ключ к понимаю роли политического лидера в российской политической системе, также, образ истории объясняет причины негативного восприятия российской власти. При этом, образ истории России отличается парадоксальностью – неважно какие средства затрачены на достижение цели, главное полученный результат и вклад каждого члена общества в победу над внешней угрозой.

### **Образ российского народа**

В ответах, характеризующих представления респондентов о народе, личностных и культурных качествах россиян, позиции опрашиваемых разделились на три группы:

1. Большинство интервьюированных россиян (54,0%) говорили только о положительных чертах характера жителей России.
2. Меньшинство (6,4%) исключительно об отрицательных личностных качествах.
3. И третья группа респондентов (39,6%) говорила о том, что в России живут разные люди и охарактеризовать их очень сложно.

Опрошенные из первой группы описывали **положительные качества** граждан России: доброта, открытость, патриотизм, взаимопомощь («готовность прийти на помощь»), дружелюбие («душа нараспашку»), гостеприимство, простота, отзывчивость, терпеливость, мужественность, храбрость, стойкость, сила, ум, душевность («широкая душа»), духовность, мечтательность, работоспособность, талант и многие другие.

Среди россиян распространены представления о русском человеке, как о носителе духовных ценностей, которые определяют его особое отношение к негативным внешним обстоятельствам. Такого рода личность имеет способность выживать и приспосабливаться к любым условиям. Тем самым, на образе народа в полной мере отпечатался политический менталитет россиян.

По мнению опрошенных первой группы, **консолидирующими** российское общество признаками являются: любовь к Родине, чувство справедливости, вера, русский язык, культура, общие горе и проблемы.

В образ российского народа также вошли **негативные** качества россиян: глупость, лень, безответственность, «невоспитанность», нежелание «думать о завтрашнем дне», сплетничество, равнодушие, нежелание развиваться, малообразованность, слабость, покорность, озлобленность, ворчливость, алкоголизм: *«Недальновидные, алчные, думающие, что с широкой душой, но на самом деле враждебные друг к другу. С множеством противоречий внутри, которые приводят к неврозам, двойным стандартам, лицемерию и каше в голове».*

Третья группа респондентов настаивает на том, что **невозможно обобщить** столь сегментированную российскую нацию в силу многих обстоятельств:

- ♦ экономической дифференциации (бедные и богатые);
- ♦ пространственного фактора (жители большого города и деревни);
- ♦ климатических условий (северные и южные народы);
- ♦ конфессионального признака (православные, мусульмане и буддисты);
- ♦ этнокультурного и языкового многообразия (русские, татары, украинцы, башкиры, чуваша, чеченцы и многие другие).

Принимая во внимание полученные данные, мы можем предположить, что в процессе формирования образа народа участвовали психологические процессы каузальной атрибуции, рефлексии и эмпатии. Согласно теоретическим воззрениям С. Фиске<sup>284</sup>, у респондентов было ощущение личностной значимости обсуждаемой проблемы. Испытуемые идентифицировали себя и народ, поэтому они выражали усиление внимания и задействовали познавательные механизмы психики, чтобы разъяснить причины формирования как положительных, так и отрицательных личностных качеств.

На образ народа хорошо ложатся всем известные персонажи отечественных художественных произведений. Испытуемые часто отождествляли типичного жителя России с героями сказок, былин, романов, фильмов и других жанров искусства, например: Иванушка-дурачок, Емеля, богатыри Илья Муромец, Добрыня Никитич и Алеша Попович, Полиграф Шариков из повести М.А. Булгакова «Собачье сердце», Григорий Мелехов из романа М.А. Шолохова «Тихий Дон» и другие герои.

Действительно, образ русского человека – это маскулиненная, смелая, немного ленивая, простодушная личность, в жизни которой постоянно случаются трудности.

---

<sup>284</sup> Fiske S. Social cognition and social perception. Annual Review of Psychology, V. 44. pp. 155–194.

Однако, русского человека не страшат «беды», они делают его сильнее. «Русский» идет по трудному жизненному пути и, при этом, остается «честным» человеком.

В **образе народа** заложены представления об открытых, добродушных, простых, патриотичных людях, которые слишком часто оказываются в тисках несправедливости и материального неблагополучия, что ведет к падению моральных принципов и проявлению отрицательных качеств, таких как лень, глупость, покорность. Однако, несмотря на это, восприятие народа окутано верой в светлое и развитое будущее России, где народ морально преобразится и займет важное место в политической системе.

### Образ российской политической власти

Характер восприятия власти российскими гражданами достаточно сложно описать, и по мнению автора, в данном вопросе неуместно использовать категории «положительный образ власти» или «отрицательный образ власти». Объяснить такую позицию можно, опираясь на исторические предпосылки формирования образа власти в России и политические традиции российского государства: во-первых, власть изначально несовершенна, так как связана с насилием и принуждением; во-вторых, власть принадлежит ограниченному кругу лиц, которые обладают материальными благами, недоступными простому народу; и, в-третьих, только сильный политический лидер, стоящий выше всех в государстве, способен «обуздать лихоимство и вероломный произвол» власть имущих граждан.

Как показали результаты нашего исследования, наибольшей **властью** в России обладают – действующий президент Российской Федерации В.В. Путин (51,7%) и другие политические институты (45,7%) (см. таблицу №5).

*Таблица 5 «С кем или чем у вас ассоциируется слово «власть»? Кто, по вашему мнению, обладает наибольшей властью в сегодняшней России?»*

Категории	%
Президент В.В. Путин	51,7
Властные структуры, силовые госорганы	45,7
Политические деятели прошлого и настоящего	9,1
Олигархи	5,2
Народ	3,9

Образ российской власти сохраняет признак **персонафицированности**, выделяя на первое место во властной иерархии главу государства: *«Это нормально, что власть ассоциируется с Путиным? У многих, наверное, так».*

Источником власти в России также являются представители политической (9,1%) и экономической (5,2%) элиты страны: *«Люди с неограниченными финансовыми возможностями»; «У меня "власть" ассоциируется с властью на местах, потому что я с чиновниками сталкиваюсь часто, а от них реально много зависит, хоть это и кажется мелочами».*

В представлениях интервьюированных о власти содержится субъектная категория – «народ» (3,9%): *«Власть, как бы в идеальном понимании, ассоциируется с народом»; «Значимую роль во власти играет народ».*

**На неосознаваемом уровне**, власть ассоциируется с положительными (7,0%) и отрицательными (16,1%) смысловыми конструкциями. К **положительным** относятся – сила, управление, могущество, богатство: *«Власть – это, когда человек держит в своих руках всё вокруг, влияет на всё, что происходит»; «Власть у меня ассоциируется с богатством, положением в обществе».*

К **отрицательным** качествам власти – деньги, подчинение, коррупция, насилие: *«В сегодняшней России наибольшей властью, к сожалению, обладает не «кто», а «что» - ДЕНЬГИ!»; «Под словом "власть" я понимаю навязывание своей воли кому-либо, тем самым манипулируя и управляя им».*

Анализ осознаваемого образа власти подтверждает выделенные Н.А. Романович признаки российской власти – крайняя персонафицированность, централизованность, иерархичность и единовластие<sup>285</sup>. Неосознаваемый образ власти наполнен скорее негативными смысловыми конструкциями, чем позитивными, из чего можно сделать вывод о наличии глубинной психологической напряженности в отношениях власть-общество.

### ***Политические институты***

Интервьюированные россияне в качестве источников власти в России называли политические институты, среди которых наиболее авторитетным является **президент РФ**: *«Подобно монарху, вся полнота власти в России принадлежит президенту»; «Россия – президентская республика, следовательно, власть в России у меня ассоциируется с президентом».*

Властью в России наделены **политическая и экономическая элита**, в частности члены Правительства РФ (министры), чиновники и олигархи: *«В России властвует*

---

<sup>285</sup> Романович Н.А. Отношение к власти: тенденции и противоречия // Власть. 2016. №3 С.76-83.

*правлящая верхушка или так называемая элита»; «Главы крупных корпораций, приближенные также к государственным структурам»; «У власти находятся богатые, те, у кого много денег».*

Основообразующим политическим институтом, наделенным властью, является **государство**, которое выступает гарантом целостности и безопасности страны: *«Власть, несомненно, ассоциируется с государством, и сегодня, как и на протяжении всей истории России, государство обладает наибольшей властью».*

Еще одним политическим институтом, дающим властные полномочия в России является **парламент** Российской Федерации, представленный Советом Федерации и Государственной Думой: *«В России, скорее всего, властью обладают Госдума и Совет Федерации, как раз то, что они решают, законы вводят».*

Олицетворением силы и власти является Министерство обороны РФ: *«Властью обладает Министерство Обороны, без которого страны может просто не стать».*

Кроме того, влиятельным властным институтом респонденты считают партию «Единая Россия»: *«Власть принадлежит Единороссам».*

Респонденты имеют достаточно внятное представление о распределении власти в России, выводя на первое место президента. Стоит отметить, что в ответах испытуемых присутствуют несколько ветвей власти – законодательная (Федеральное Собрание) и исполнительная (Правительство РФ), однако судебную власть упоминают крайне редко. Такой показатель выявляет слабость судебной системы, отсутствие у суда авторитета в обществе и, как следствие, нарушает баланс всей политической системы России.

Примечательно, что по частоте упоминаний законодательной и исполнительной власти соответствует переменная «олигархи» (носители экономического и финансового потенциала). Можно высказать гипотезу, о том, что место «суда» в системе распределения власти заняли «олигархи и крупные финансовые корпорации».

Восприятие российской власти основано на субъективных представлениях личности о политических институтах. В соответствии с эмпирическим материалом исследования, к основным институтам власти относятся: президент В.В. Путин, министры, чиновники, олигархи, Федеральное Собрание РФ, Правительство РФ и партия «Единая Россия».

**Образ власти** состоит из нескольких коннотационных конструктов: образ президента, образ политической и экономической элиты и образы отдельных политических институтов. Актуальный образ российской власти пропитан аффективными представлениями о силе, влиянии, авторитете, коррупции и деньгах.

### **Образ политического лидера**

### *«Герои» и «антигерои» России*

Согласно полученным данным, «героями» респонденты считают, в первую очередь, «сильных» правителей российского государства – Петра I (71,0%), В.В. Путина (40,3%), И.В. Сталина (30,6%), Екатерину II (22,6%), В.И. Ленина (17,7%), Ивана Грозного (9,7%), Александра Невского (9,7%); во вторую очередь, крупных военных деятелей, полководцев – Г.К. Жукова (16,7%), А.В. Суворова (14,5%); и наконец, деятелей культуры, науки, космонавтики – А.С. Пушкина (8,1%), Ю.А. Гагарина (6,5%), С.П. Королева, М.Ю. Лермонтова, Д.И. Менделеева и многих других.

Примечательно, что опрошенные с трудом могли определить «антигероев» России и часто говорили об иностранных личностях (А. Гитлере, Б. Обаме и П.А. Порошенко). Все же, большинство респондентов смогли назвать «негативных» исторических деятелей России: Б.Н. Ельцина (46,2%), М.С. Горбачева (20,5%), В.И. Ленина (23,1%), И.В. Сталина (28,2%), Н.С. Хрущева (23,1%), Л.П. Берия (20,5%) и других.

В ходе проведения интервьюирования были замечены интересные феномены:

- ♦ во-первых, российским гражданам гораздо проще назвать положительных исторических личностей – «героев», чем отрицательных – «антигероев»;
- ♦ во-вторых, процентные показатели советских политических лидеров Ленина и Сталина примерно одинаковые в обеих категориях.

Объяснением первого феномена может стать патерналистская политическая культура и российский менталитет с верой «в лучшее в человеке». Второй феномен возможно корениться в теологическом дуализме россиян – вечная борьба добра и зла, хорошего и плохого в процессе становления личности.

Принимая во внимание представления интервьюированных о личностях национальных героев, наибольшей популярностью у россиян пользуются сильные, маскулинные политические лидеры, которые одерживали значительные для истории России военные победы.

### *Образ президента*

Опираясь на труды политических психологов и полученные результаты диссертационного исследования, мы можем выделить образ политического лидера В.В. Путина как самостоятельный элемент образа России.

По мнению опрошенных россиян, человеку, способному возглавить Россию, необходимо обладать соответствующим **набором личностных качеств**: патриотизм, справедливость, ум, сила, образованность, честность, целеустремленность, терпеливость, порядочность, уверенность в себе, любовь к своему народу, твердая воля и многое другое.

Если соотнести данный набор личностных качеств с субъективной оценкой респондентами персоны В.В. Путина, то можно сказать, что российский президент соответствует лидерским ожиданиям россиян. Образ В.В. Путина содержит черты сильного, волевого, уважаемого, независимого, умного и любящего свою страну лидера («В.В. Путин – сильный лидер для народа»), он способен быстро принимать решения и уверенно держаться в трудных ситуациях. К отрицательным аспектам личности президента опрошенные относили авторитарность, «несовпадение заявленного и выполненного», «у него нет преемника».

В диссертационном исследовании автор использовал апробированную модель по изучению образов политических лидеров «привлекательность/сила/активность» кафедры социологии и психологии политики факультета политологии МГУ имени М.В. Ломоносова<sup>286</sup>.

Респонденты определяют В.В. Путина как сильного (94,0%), активного (96,9%) и достаточно привлекательного политика. Привлекательнее остальных выглядят профессиональные (71,4%) и психологические (32,3%) качества президента (см. таблицу №6).

*Таблица 6 Оценка деятельности президента В.В. Путина по параметрам привлекательность, сила и активность*

Измерения		%
Привлекательность	Физические характеристики	1,9
	<b>Психологические характеристики</b>	<b>32,3</b>
	Моральные характеристики	8,7
	<b>Профессиональные, деловые характеристики</b>	<b>71,4</b>
	Другое	6,8
	Ничего не нравится	6,2
<b>Сила</b>		<b>94,0</b>
<b>Активность</b>		<b>96,9</b>

Опрошенные россияне симпатизируют В.В. Путину по линии уверенной внешней политики, считая ее одним из ключевых **профессиональных** достижений президента: «Нравится жёсткая позиция и отстаивание интересов страны на международной арене, способность длительно держать удар». Народ восторженно воспринимает возрождение

<sup>286</sup> Путин 3.0: общество и власть в новейшей истории России: Монография / под ред. Е.Б. Шестопа. С. 16-17.

сильного, независимого государства через отстаивание геополитических интересов, воспитание патриотизма и национальной гордости: *«Мне нравится то, что нас начали уважать на международной политической арене»; «Нравится, что идет политика, направленная на укрепление государства, защиту национальных интересов».*

Россияне благодарны В.В. Путину за то, что он сумел восстановить страну после «разрухи 90-х», оградить ее от дальнейшего распада, улучшить условия жизни большинства граждан: *«Про положительные моменты могу сказать, что, возможно, только благодаря нашему Путину страна, еще не развалилась, своей "крепкой рукой" он удерживает регионы Северного Кавказа»; «Путин остановил тот разброд и шатание, которые были в нашей стране после развала СССР».*

Респонденты отмечают, что несмотря на большие успехи в международных делах, В.В. Путин не уделяет достаточного внимания внутренним проблемам (*«Сферу внутренней политики я считаю «минным полем» для действующей власти»*):

- ♦ во-первых, социальная незащищенность граждан (*«Маленькие пенсии и зарплаты, нет достаточной заботы о стариках»*);
- ♦ во-вторых, в стране нарастает экономический кризис и связанные с ним проблемы (*«Не нравится – отсутствие перспектив, полное падение экономики, нежелание развивать что-то кроме нефтедобывающей отрасли»*);
- ♦ в-третьих, борьба с коррупцией так и не дала ожидаемых результатов (*«Из-за коррупции не все блага доходят до народа»*);
- ♦ в-четвертых, система образования потеряла былой авторитет и превратилась в «кальку» иностранных стандартов (*«Не нравится то, что систему образования делают на западный манер, хотя мы и так славились своим хорошим образованием до этого»*).

Многих огорчает, что президент допускает распределение ресурсов, власти и денег между ограниченным кругом лиц: *«Мне не нравится, что большая часть ресурсов и денег в стране сконцентрирована в руках маленькой группы людей, объединенной дружественными связями с Путиным».*

Стоит отметить, что россияне больше критикуют В.В. Путина не лично за его действия, а за деятельность его **«команды», чиновников и олигархов**, ведь именно они не дают стране гармонично развиваться, не следуют букве закона и способствуют социальной дифференциации: *«Не нравится коррупция, и то что у власти нередко находятся прям реальные бандиты, люди, которые должны сидеть в тюрьме»; «Путин мог бы быть лучше, если бы пересажал всех окружающих его олигархов и воров»; «Не нравится то, что чиновники не исполняют его приказы на местах».*



Опрошенные утверждают, что именно президент должен защищать свой народ и дать возможность улучшить условия жизни простого гражданина. Людей беспокоит нехватка должного внимания к их проблемам и бедам: *«Своих недостаточно защищает, не облегчает их долю»*; *«Путин слабо заботится о благополучии граждан»*.

Учитывая мнение респондентов о деятельности В.В. Путина, можно составить **образ политического лидера** России. Положительные черты «идеального» и «реального» политического лидера совпадают, что существенно подкрепляет легитимность правления В.В. Путина. Общество благодарно президенту за его силу и жесткость в решении острых проблем, особенно внешнеполитических. Помимо положительных качеств, В.В. Путин косвенно обладает и отрицательными, однако связаны они с провалами и преступной деятельностью его «окружения». Несмотря на отмеченные респондентами плюсы и минусы личности В.В. Путина, в их сознании содержится сильный гармоничный положительный образ действующего политического лидера страны.

### **Выводы по параграфу 2.2.**

В параграфе 2.2 сделан акцент на описание результата политического восприятия – образа России. Теоретико-методологический инструментарий позволил изучить структурные компоненты образа страны и в целом сформировать представление об исследуемом феномене. Автор рассматривал вербальные и визуальные политические образы на осознаваемом и неосознаваемом уровнях восприятия:

**Во-первых, на осознаваемом уровне образ России** – это представление о сильном, привлекательном, авторитетном государстве, активном в международных отношениях, пассивном во внутренней политике, имеющим проблемы с безопасностью, справедливостью и социально-экономическим развитием.

С помощью метода семантического дифференциала, автор выделил факторные нагрузки, которые отражают семантическое пространство интервьюированных россиян, согласно которым для анализа восприятия страны значение имеют **показатели**:

- ♦ привлекательность страны;
- ♦ сила страны;
- ♦ стабильность страны;
- ♦ авторитет страны;
- ♦ активность страны.

Факторный анализ способствовал фиксации наиболее функциональных свойств осознаваемого образа России:

- ♦ Образ России обладает достаточной привлекательностью, характеризующейся признаками «перспективность», «привлекательность» и «надежность». В тоже время, Россия в полной мере не соответствует общественному запросу на «справедливость», снижая показатель «привлекательность страны» для субъективного восприятия.
- ♦ Образ России обладает силой, выраженной в признаках «единство», «сплоченность» и «сила». По показателю «сила страны» существуют сложности с реализацией общественного запроса на «безопасность», россияне удовлетворительно оценивают Россию в качестве безопасного государства для жизни.
- ♦ Образ России не обладает качеством стабильности, который должен подкрепляться признаками «спокойствие», «богатство», «благополучие» и «развитость».
- ♦ Образ России обладает авторитетностью, отражающей признаки «уважаемость», «влиятельность» и «независимость».
- ♦ Образ России обладает активностью, представленной в международной сфере, и пассивностью, характеризующей внутреннюю политику.

**Во-вторых, на неосознаваемом уровне Россия воспринимается** как место, где жили прошлые поколения, где живут люди разных национальностей сегодня и где планируют жить в будущем. Отмеченная темпоральная структура указывает на сильную психологическую связь между страной и ее гражданами. Образ России, выраженный в понятиях «Родина», «дом» и «сильное государство», является аффективной «подушкой безопасности» для восприятия страны в целом. Несмотря на существующие кризисные явления в стране, массовое сознание бессознательно воспринимает Россию с эмоциями под знаком плюс. Тем самым, положительный ценностно-мотивационный образ России на неосознаваемом уровне защищает субъективную картину мира, обеспечивая нормальное психическое существование личности в обществе. При этом, автор считает, что гештальт России подчиняется закону хорошей формы, делая политические представления о своей стране более совершенными и близкими для воспринимающей личности.

**В-третьих, релевантность пятикомпонентной структуры образа страны** была подтверждена проективной методикой рисунок «Россия и я». Квантификация рисунков выявила коннотативные компоненты, выражающие сюжетные связи между образами:

1. образ истории с образами территории и народа – сюжет «человек проживает на территории великой страны, обогащенной символами исторических достижений»;

2. образ народа с образом лидера – сюжет «массы следуют за своим лидером»;
3. образ народа с образом власти – сюжет «политическая власть подавляет представителей простого народа».

Образ народа вошел во все сюжетные линии рисунков испытуемых, что свидетельствует о высокой значимости данного компонента для анализа восприятия страны. Из чего можно предположить, что **образ русского народа является семантическим ядром гештальта России.**

**В-четвертых, современный территориальный образ России** является довольно гармоничным и вбирает в себя представления о реальном геополитическом положении России и об идеальном «безграничном» состоянии государства, о территории бывшего Советского Союза и о местном регионе россиянина. **Территориальный образ будущего России** содержит в себе определенные противоречия: часть представлений россиян несет в себе ожидания устойчивости и сохранения территориальных границ, примерно столько же мнений относительно изменения государственной границы России, которое может быть вызвано различными внутренними и внешними факторами. Отсутствие преобладающего большинства мнений относительно будущего образа территории может быть связано с современным политическим контекстом, который формирует ожидания и/или опасения в отношении сохранности территориальной целостности русского государства.

**Образ русской истории** придает ценность всему образу страны и окрашивает его в положительные эмоции. Россияне гордятся своей историей, они знают национальные символы, называют общественно-политических деятелей России, повлиявших на искусство, науку, культуры во всем мире. Автор отмечает антиномичность отношения россиян к событиям в русской истории – чем сложнее было достижение цели, тем значимее ее результат. Здесь проявляется ментальная традиция русского народа «борьбы» с внешними угрозами, со стихийными бедствиями, с самим собой и другими вызовами.

**Образ народа** несет в себе дихотомические представления о людях, живущих в России – с одной стороны, они добрые, отзывчивые, открытые, простые, патриотичные, с другой стороны, они ленивые, глупые, конформные, озлобленные. Народный образ России сочетает в себе как положительные, так и отрицательные личностные качества жителей страны. Объединяющими русский народ факторами являются ценность справедливости, православная вера (вера в лучшее в человеке), богатый русский язык, национальная культура, общие проблемы и беды.

**Образ русской власти** – это персонифицированные представления о политических институтах, среди которых массовое сознание различает президента,

политическую и экономическую элиту, парламент, Правительство, политическую партию власти. Образ власти подвержен неосознаваемым ассоциативным реакциям положительного и отрицательного смысла, с превалированием последних, что сигнализирует о наличии подсознательной эмоциональной напряженности в отношениях власть-общество.

**Образ политического лидера России** является согласованным – реальные и идеальные представления о лидере в российских политических условиях совпадают. Личностные качества действующего президента России выглядят весьма привлекательно, особенно психологические и профессиональные характеристики. Общественное сознание одобряет внешнюю политику В.В. Путина, в тоже время, демонстрирует определенное неодобрение в отношении внутренней политической деятельности.

В гештальте России перечисленные образы находятся в плотной смысловой матрице, ядром которой является образ народа. Именно образ народа приходится проекцией субъекта в политической реальности, что говорит о наличии эгоцентризма при восприятии своей страны. Несмотря на присутствие в российском обществе явлений конформизма, абсентеизма, при построении образа своей страны индивид выделяет центральное место в нем для «Я-образа». Также, за каждым элементом образа страны закреплены свои статусно-ролевые ожидания, от которых зависят поведенческие характеристики воспринимающего индивида.

### **2.3. Особенности влияния психологических факторов на формирование образа России**

Согласно выбранной модели, нам необходимо проанализировать когнитивный, эмоциональный и поведенческий психологические факторы на осознаваемом уровне восприятия. При этом, каждый фактор нуждается в расшифровке с помощью политико-психологических индикаторов:

- ♦ когнитивный стиль;
- ♦ ценностные ориентации;
- ♦ политическая идентичность;
- ♦ эмоциональный знак;
- ♦ потребности;
- ♦ и политическая активность.

Затем, мы попытаемся установить корреляции между психологическими факторами и компонентами образа страны, т.е. как когнитивный стиль, ценностные ориентации,

политическая идентичность, эмоциональный знак, потребности и политическая активность влияют на образы территории, истории, народа, власти и/или политического лидера.

### Когнитивные психологические факторы

#### *Когнитивный стиль*

В качестве расшифровки когнитивного стиля респондентов мы использовали шкалы «конкретная/абстрактная концептуализация». Согласно полученным результатам, большинству россиян свойственна **конкретная концептуализация** – 94,9%. Такие люди характеризуются:

- ♦ ригидным мышлением (*«Если и будет изменяться территория, то только расширяться, для меня в идеале, вернуться к границам СССР или Российской империи»*);
- ♦ зависимостью от авторитета и социального статуса представителей политической элиты (*«Россию уважают, несмотря на санкции, что говорит о том, что нашей мощи боятся, спасибо главнокомандующему»*);
- ♦ стереотипностью высказываний (*«Стыдно мне за Россию, потому что русские пьют и деградируют»*);
- ♦ редукцией интерпретации политических событий (*«Мне стыдно за Россию потому, что она не защитила Ливию и народ Донбасса от войны, нужно было поспособствовать в разрешении ситуации мирным путём»*).

Лишь 5,1% опрошенных можно отнести к индивидуумам с **абстрактным стилем концептуализации**. Их отличают такие особенности мышления как:

- ♦ использование междисциплинарных терминов (*«Власть, как бы в идеальном понимании, ассоциируется с народом, с различными учреждениями законодательной, исполнительной, судебной власти, с Парламентом, с правительством, президентом...»*);
- ♦ оценка политической обстановки с позиции поиска достоверной информации (*«В условиях непростой ситуации, возникшей в последнее время на мировой арене, возможны изменения, можно предположить, что ситуация сложится в сторону увеличения границ, но одновременно с этим не следовало бы исключать, что цена за эти "дополнительные границы" может быть очень высокой»*).
- ♦ открытость к функциональным изменениям в мире политики (*«Относительно Крыма, я считаю, что его присоединение произошло вполне легитимным путем,*

*при том, что Украина получила его в свой состав с юридической точки зрения не совсем правильно»);*

- ♦ *выстраивание логических связей между политическими явлениями и событиями («В большей степени мне, конечно, не нравится коррупция, а в связи с ней все вытекающие последствия в виде безразличия государственных органов в отношении благоустройства страны, благополучия населения, отсутствия развития и стагнации»).*

С помощью программного пакета SPSS Statistic был проведен корреляционный анализ по переменной «когнитивный стиль». Мы отметили следующие статистические закономерности:

1. Среди главных достоинств России индивиды с абстрактной концептуализацией называют «сильный, талантливый народ, способный преодолеть любые трудности» (50,0%), а индивиды с конкретной концептуализацией – «великую историю» (47,6%).

2. Россияне с абстрактным мышлением чаще указывают на проблемы «малообразованного, бескультурного населения» (57,1% против 14,1%), «бездействие всего народа» (14,3% против 2,0%). А «слабая социальная политика, безработица и бедность» больше беспокоит людей с конкретным стилем (29,5% против 0%).

3. Говоря об образе власти, люди с абстрактным мышлением более склонны оперировать неосознаваемыми смысловыми конструкциями, как положительными, так и отрицательными (27,3% против 5,9%, 36,4% против 9,6%).

4. Рассуждая о непривлекательности политического лидера, респонденты с абстрактным мышлением больше акцентируют внимание на моральных (54,5% против 9,3%) качествах президента.

5. Россияне с конкретным мышлением более склонны считать, что в скором времени границы России не изменятся (47,0% против 36,4%), в свою очередь, с абстрактным типом, что возможны различные сценарии развития территориальных границ России (45,5% против 14,3%).

6. Оценивая жителей России, респонденты с конкретной концептуализацией больше отмечают положительные качества россиян (55,7% против 20,0%), а с абстрактной концептуализацией считают, что народ в России имеет как положительные, так и отрицательные черты (80,0% против 37,5%).

Статическая процедура корреляционного анализа дает возможность охарактеризовать особенности восприятия страны у различных типов личности. Для личностей с **абстрактной концептуализацией** характерно восприятие России в плоскости разумного индивидуализма. Образ страны у таких индивидов выглядит более критичным в

сравнении с образами личности конкретного типа, причем, критичность абстрактных личностей выражается в особой форме рефлексии – они пытаются анализировать причины политических событий с точки зрения индивидуальных, личностных особенностей субъектов политики.

Согласно позиции испытуемых **абстрактного** типа, в России есть чем гордиться и есть за что сожалеть, в обоих случаях фактором формирования конкретного политического образа являются акторы – индивид, народ или другая общность.

Здесь уместно упомянуть теорию социального научения Дж. Роттера<sup>287</sup>, в рамках которой, ученый изучал интернально-экстернальный локус-контроль. Личностную переменную локус-контроля можно использовать при описании особенностей восприятия политических объектов.

Индивиды с абстрактным стилем концептуализации воспринимают российскую политическую действительность под влиянием внутренних или личностных факторов, тем самым у них формируются **интернальные** политические образы страны.

Политическое восприятие **конкретных индивидов** отличается меньшей осознанностью – в их сознании содержатся более стереотипизированные, когнитивно простые образы территории, истории, народа, власти и лидера.

По аналогии со спецификой формирования образа страны у абстрактных личностей, для конкретных личностей свойственно оперирование **экстернальными** политическими образами страны. На восприятие страны у испытуемых конкретного типа влияют внешние факторы – политическая система, экономический кризис, бюрократия и т.д., которые опосредуют формирование конкретного образа политической реальности.

Итак, в результате анализа статистических зависимостей между описанными переменными можно вывести следующие гипотезы:

1) Как один из психологических когнитивных факторов **когнитивный стиль** влияет на формирование образа страны.

2) Индивиды с конкретным стилем концептуализации склонны к формированию экстернальных политических образов – образы территории, истории, народа, власти, лидера и в целом страны обусловлены внешними факторами влияния.

3) Индивиды с абстрактным стилем концептуализации преимущественно имеют интернальные политические образы, определяемые через личностные качества входящих в них субъектов.

---

<sup>287</sup> См.: Rotter J.B. Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. Psychological Monographs, 80 (1, Whole No. 609). 1966.

### ***Ценностные ориентации***

Ценностные ориентации индивида демонстрируют осознанное принятие или отчуждение признанных обществом ценностей. К тому же, ценностные ориентации характеризуют отношение личности к политическим ценностям. Как правило, политические ценности определяют политическую жизнь страны, объединяясь в группы согласно идеологическим теориям.

Чтобы выделить ценностные ориентации респондентов и не выходить за рамки поставленных задач, мы упростили методику М. Рокича<sup>288</sup>: опрашиваемым был представлен перечень ценностей<sup>289</sup>, из которых они должны были выбрать 5 наиболее значимых для них категорий и объяснить почему эти ценности важны. Также, в интервью был включен вопрос об индивидуальных идеологических предпочтениях<sup>290</sup>.

Используя частотную таблицу ценностных ориентаций, можно выделить актуализированные ценности первого и второго порядка (см. приложение №10). К первому порядку относятся: безопасность (63,1%), справедливость (41,6%), законность (39,6%), прогресс, развитие (36,9%), права человека (33,0%) и свобода (30,5%). Второй порядок включает в себя ценности: стабильность (28,8%), ответственность (26,2%), сильное государство (25,8%), порядок (24,9%), эффективная экономика (24,0%) и патриотизм (20,2%).

В рамках данного диссертационного исследования, мы сочли необходимым подробнее рассмотреть представления респондентов о ценностях первого порядка, в виду их особой значимости для российского массового сознания.

Под ценностью «**безопасность**» россияне понимают базовое условие для всего остального: «*Безопасность – это основа всей жизни, если люди не чувствуют себя в безопасности невозможно ничего построить*». Человеческий страх перед внешними угрозами, будь то терроризм, экономические кризисы или социальное неблагополучие, ведет к образованию сильной ценностной ориентации безопасности. «Безопасность» проходит красной нитью через все наборы ценностей, она является тем ядром, вокруг которого формируются ценностные представления россиян.

Ценность «**справедливость**» неразрывно связана с ценностями «закон, законности»: «*Справедливость выражается в том, что не зависимо от пола, возраста,*

<sup>288</sup> См.: Rokeach M. The nature of human values / M. Rokeach. – NY.: The Free Press, 1973. – 438 p.

<sup>289</sup> Мы использовали список ценностей, апробированный в рамках научно-исследовательского проекта кафедры социологии и психологии политики факультета политологии МГУ им. М.В. Ломоносова «Политические ценности и их восприятие в современной России» под руководством А.В. Селезневой.

<sup>290</sup> В своих работах М. Рокич отмечал связь между человеческими ценностями и политической идеологии, по его мнению, именно различие ценностей формирует основу для различия между идеологиями.



нации, веры, положения в обществе и материального состояния человек защищён государством и честным судом». Справедливость, по мнению россиян, во-первых, означает равенство всех перед законом, во-вторых, справедливость предполагает поощрение за выполнение работы, за достижение высоких целей и прочих заслуг: «Человек должен осознавать, что за каждое действие рано или поздно его настигнут последствия в виде наказания или награды»; «Каждый должен получать по достоинству за свой труд, усердия, ум, таланты». Респонденты ожидают стабильное функционирование ценностного конструкта «справедливость» в любой системе, особенно, в месте своего проживания.

Ценность «справедливость» обеспечивается через закон, в свою очередь ценность **«законность»** работает по принципу справедливости и равенства – *«строгое соблюдение закона всеми в равной степени, независимо от социального и материального статуса»*.

По мнению респондентов, жизнедеятельность ядровой ценности «безопасность» более всего коррелирует со справедливостью и законностью: *«Только справедливый закон и его справедливая реализация могут дать мне ощущение безопасности в родной стране»*.

У российских граждан, которые выбрали ценность **«прогресс, развитие»**, существует четкая формула в отношении и личности, и государства: *«нельзя стоять на одном месте», «прогресс и развитие – в этом состоит цель человечества и каждой страны»*. Ценностная ориентация «прогресс, развитие» навевает респондентам положительный образ будущего России, в котором личность и государство развиваются вместе: *«Я считаю, что в государстве должны быть созданы максимально благоприятные условия для жизни людей, для их развития и появления прогресса, как в научной сфере, так и в сфере общественных отношений»*.

Согласно позиции опрашиваемых, именно прогресс и развитие дают новые перспективы и спасают общество от застоя: *«История и время не стоят на месте, необходимо идти с ними в ногу для истинного благополучия. То, что не движется, не развивается, автоматически деградирует»*.

Как считают россияне, ценность **«права человека»** естественна и неотчуждаема: *«Каждый имеет незыблемые права, на которые нельзя посягать, без гарантии этих прав невозможна свобода, безопасность, развитие»*.

В семантической связке с ценностями «безопасность», «права человека» идет ценностная ориентация свободы: *«Я думаю, что свобода и уважение к правам человека создают хороший социальный фон»*.

**«Свобода»** дает возможность развиваться человеку, так как он может свободно мыслить, свободно поступать, свободно говорить, т.е. следовать своим интересам. По мнению некоторых респондентов, отсутствие свободы тормозит не только развитие

человека, но и поступательное функционирование государства. Как видно из ответов, в сознании опрашиваемых граждан плотно сплелись ценностные представления о развитии, правах человека и свободе.

Для индивида **ценностные структуры на когнитивном уровне** являются взаимозависимыми, и рассматривать их по отдельности не представляется конструктивным. Более того, они связаны с политическими ожиданиями российских граждан: *«Для меня эти категории ассоциируются с возможностью счастливой жизни в родном государстве»*, т.е. россияне больше всего желают видеть в своей стране реализацию принципов: безопасности, законности, прав человека, прогресса и развития, справедливости и свободы.

Следующей ступенью анализа стал подсчет **идеологических предпочтений** проинтервьюированных россиян, согласно полученным результатам 22,2% опрошенных считают себя демократами, 18,8% – монархистами, 15,8% – консерваторами, 14,1% – либералами, 11,1% – аполитичны, и 17,9% – называли различные идеологические направления.

Следуя логике, у каждой группы респондентов, считающих себя демократами, монархистами, консерваторами и либералами, должны быть соответствующие их идеологии наборы политических ценностей. Однако, если сравнить между выбором респондента предпочтительной идеологии и набором ценностей, то выходит, что независимо от того считает ли себя человек демократом, либералом или консерватором, набор ключевых ценностей практически везде одинаковый (см. приложение №11), за исключением иерархии этих ценностей (см. приложение №12).

Принимая во внимание вышесказанное, мы полагаем, что в политико-психологических исследованиях не целесообразно строить какие-либо выводы на основе идеологической ориентации, определяемой самим респондентом, ведь для большинства российских граждан актуализированными являются одни и те же ценности. Более того, проведенный нами корреляционный анализ по переменным «идеологические предпочтения» и «образы страны» не выявил между этими переменными каких-либо статистических зависимостей. Тем самым, **принадлежность индивида к определенному политическому спектру не влияет на восприятие страны.**

Таким образом, опираясь на полученные результаты, можно заключить, что изучение в чистом виде идеологических предпочтений российских граждан не имеет практического значения. Поэтому мы сочли уместным использовать ценностные конструкции первого и второго порядка, с целью установить наличие зависимостей между ценностными ориентациями россиян и их образами страны.

Используя программный пакет SPSS Statistic, мы применили корреляционный анализ, согласно которому между переменными существует ряд зависимостей, вот некоторые из них<sup>291</sup>:

1. Ценности «безопасность», «патриотизм» и «сильное государство» наиболее плотно коррелируют с положительным образом политического лидера. Если взглянуть на таблицу №7, на которой жирным начертанием выделены устойчивые статистические зависимости, то отлично видно, что эти три ценности связаны с положительным восприятием страны и ее элементов.

*Таблица 7 Соотношение ценностных ориентаций с положительными образами страны*

Положительный образ/ Ценностная ориентация (% по столбцу)	%	<b>Безопасность</b>	<b>Патриотизм</b>	<b>Сильное государство</b>
Образ страны	86,3	89,1	100,0	90,0
Образ территории	35,2	34,3	43,2	48,2
Образ истории	50,4	49,7	51,1	50,0
Образ народа	69,4	74,0	80,4	76,7
Образ власти	9,9	8,8	12,8	8,5
<b>Образ лидера</b>	58,8	<b>60,1</b>	<b>74,5</b>	<b>79,3</b>

Однако, из общей зависимости выделяется образ власти, показатели которого не демонстрируют устойчивых корреляций, это может быть связано с тем, что власть не способна удовлетворить общественный запрос на безопасность и сильное государство. В свою очередь, ощущения безопасности, сильного государства и чувств патриотизма более всего вызывает образ современного политического лидера России – В.В. Путина.

2. Если навести фокус внимания на образ власти в призме ценностных ориентаций, то можно обнаружить определенную закономерность – для респондентов с приоритетом ценностей «безопасность», «законность» и «патриотизм», власть представляет собой властные структуры и силовые государственные органы, а для тех кому важны «права человека» и «свобода», власть в России – это прежде всего президент В.В. Путин.

Используя теоретические наработки М.С. Яницкого по типологии социальных характеров<sup>292</sup>, можно описать выделенную закономерность следующим образом: для

<sup>291</sup> Чтобы не перегружать диссертационную работу в тексте мы привели только наиболее важные корреляции.

<sup>292</sup> См. 1 главу: Яницкий М.С. Ценностные ориентации личности как динамическая система / М.С. Яницкий. – Кемерово: Кузбассуиздат, 2000. – 203 с.

**адаптирующегося** и **социализирующегося** типов личностей характерно представление о власти как о **иерархичной** системе властных институтов, а для **индивидуализирующегося** типа – **персонифицированные** представления о политически сильной и активной личности.

Учитывая отдельные примеры корреляционного анализа, в целом можно говорить о наличии зависимостей между ценностными ориентациями личности и политическими образами, находящимися в сознании этой личности. Наибольшая корреляционная активность была выявлена между переменными «ценностные ориентации» и образы власти и лидера, что можно объяснить наличием ценностных ожиданий именно в отношении государства, а для респондентов государство определяется действующими государственными структурами и президентом (политическими институтами).

Опираясь на проведенный статистический анализ, мы утверждаем, что:

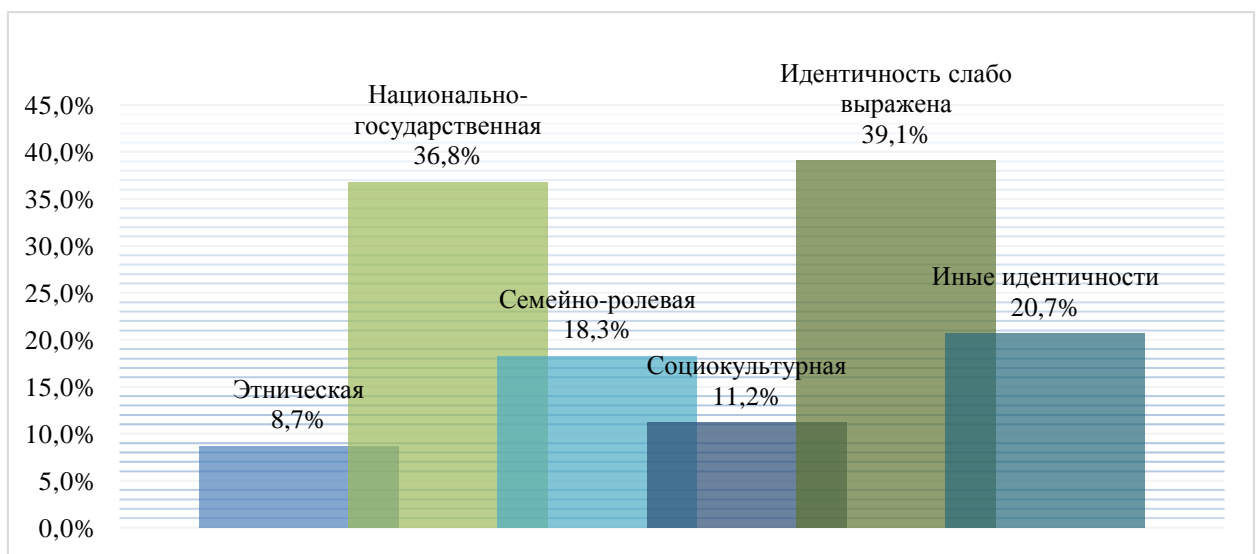
1) Политико-психологический индикатор «ценностные ориентации» оказывает влияние на формирование образа страны, в особенности на образ власти и образ политического лидера.

2) Идеологические предпочтения индивида не влияют на восприятие страны.

### ***Политическая идентичность***

Проективная психологическая методика «незаконченного предложения» («Для вас важно, что вы являетесь...») позволила сформировать характерный для российского общества кластер идентичностей (см. таблицу №8).

*Таблица 8 Кластер идентичностей российского массового сознания*



Примерно треть российских граждан **не может идентифицировать** себя с какой-либо общностью, дистанцируясь от социально-политических образований: «*Я считаю себя частичкой чего-то большего, чем просто государства*»; «*Я – это личность, обладающая собственным мнением и стремлениями*».

Статистический анализ показал, что респонденты в возрасте от 16 до 24 лет с трудом характеризовали или вовсе не могли определить свою идентичность («идентичность слабо выражена» – 47,4%). Иными словами, у молодого поколения российских граждан существуют сложности с психологической самоидентификацией личности.

Также, мы отметили функциональную зависимость между переменными «идентичность слабо выражена» и «когнитивный стиль». Респонденты, имеющие абстрактную концептуализацию, чаще остальных испытывают трудности со своей самоидентификацией.

**Национально-государственная идентичность** указывает на наличие связи между гражданином и государством: «*Для меня важно, что я являюсь гражданкой России, и другого гражданства я не хочу и никогда не хотела*»; «*Я очень рада, что являюсь частичкой нашей большой Родины – гражданкой РФ*».

С помощью статистического анализа были установлены корреляции между переменными «национально-государственная идентичность» и «базовые потребности» (см. таблицу №9).

*Таблица 9 Опосредованность национально-государственной идентичности базовыми потребностями*

Потребности/ Политическая идентичность (% по столбцу)	%	<b>Национально- государственная идентичность</b>
<b>Физиологическая потребность</b>	68,7	<b>79,6</b>
<b>Потребность в безопасности</b>	53,1	<b>68,5</b>
<b>Потребность в принадлежности и любви</b>	38,8	<b>50,0</b>
Потребность в признании	34,7	40,7
Потребность в самоактуализации	49,0	53,7

Так, мы зафиксировали взаимную зависимость факторов: чем выше физиологическая потребность, потребность в безопасности и потребность в принадлежности и любви, тем больше вероятность идентификации индивида со своим государством – формированию у личности национально-государственной идентичности. У

индивида, **идентифицирующего себя со своим государством**, более всего востребованы низшие базовые потребности.

Среди опрошенных также была распространена **семейно-ролевая идентичность** (18,3%), связанная с определением ролей и обязанностей в семейных отношениях: *«Для меня важно, что в данный момент я являюсь мамой, ведь наши дети – это будущее России»; «Большое счастье быть кормильцем семьи».*

В ходе корреляционного анализа были обнаружены следующие зависимости:

- ♦ женщины чаще мужчин примеряют на себя семейно-ролевую идентичность (65,0% против 35,0%);
- ♦ респонденты среднего поколения в возрасте от 40 до 54 лет наиболее склонны к семейно-ролевой идентичности (42,5%).

Из чего следует, что гендерные и возрастные характеристики личности оказывают влияние на формирование семейно-ролевой идентичности.

Часть ответов содержала признаки **социокультурной идентичности** (11,2%), выражающейся в самоотождествлении индивида с идеалами, ценностями и культурами тех или иных социальных групп<sup>293</sup>: *«Я отношу себя к поколению 2000-х годов»; «Для меня важно быть коммунистом».*

И наконец, проявилась **этническая идентичность** – 8,7% респондентов, которые открыто гордились своей принадлежностью к русскому этносу: *«Я считаю себя русским человеком».*

Используя программный пакет SPSS Statistic, мы применили корреляционный анализ, согласно которому между переменными существует ряд зависимостей:

1. У индивидов с доминирующей национально-государственной идентичностью образы страны (власти, народа, территории, политического лидера) отличаются положительными ассоциациями в сравнении с другими респондентами (см. таблицу №10)<sup>294</sup>. Следовательно, самокатегоризация индивида с социальной общностью «граждане РФ» способствует позитивному восприятию России;

*Таблица 10 Влияние политической идентичности на положительное эмоциональное восприятие страны<sup>295</sup>*

<sup>293</sup> Русецкая В. И. Особенности социокультурной идентичности белорусов // Социологический альманах. 2014. №5 С.260-267.

<sup>294</sup> Принимая во внимание теорию социальной идентичности А. Тэджфела, мы предприняли попытку выявить корреляции между параметрами «идентичность», «эмоциональный знак» и образы страны.

<sup>295</sup> Для анализа использовались наиболее актуализированные самоассоциации респондентов: национально-государственная (36,8%), семейно-ролевая (18,3%) и слабо выраженная идентичность (39,1%).

Положительный образ/ Политическая идентичность (% по столбцу)	%	Идентичность слабо выражена	Национально- государственная	Семейно- ролевая
<b>Образ страны</b>	86,3	76,7	<b>95,1</b>	88,5
<b>Образ территории</b>	35,2	37,0	<b>37,8</b>	36,8
<b>Образ истории</b>	50,4	47,3	<b>60,5</b>	37,5
<b>Образ народа</b>	69,4	64,4	<b>75,3</b>	62,5
<b>Образ власти</b>	9,9	8,9	<b>11,1</b>	7,7
<b>Образ лидера</b>	55,8	44,3	<b>72,5</b>	57,9

2. У респондентов, имеющих трудности с определением собственной идентичности, формирование образа страны чаще связано с негативными ассоциациями (см. таблицу №11). Более всего, эта тенденция заметна в образе власти (18,9%) и образе политического лидера (18,2%). Стало быть, проблемы личности с собственной когнитивной группировкой ведут к отрицательной эмоциональной значимости воспринимаемого объекта. В нашем случае, россияне, которые не могут самоопределиться с какой-либо социальной общностью, рисуют в своем сознании более отрицательные образы своей страны.

*Таблица 11 Влияние политической идентичности на отрицательное эмоциональное восприятие страны<sup>296</sup>*

Отрицательный образ/ Политическая идентичность (% по столбцу)	%	Идентичность слабо выражена	Национально- государственная	Семейно- ролевая
<b>Образ страны</b>	2,6	<b>5,6</b>	0	0
<b>Образ территории</b>	9,3	<b>14,8</b>	6,8	5,3
<b>Образ истории</b>	2,6	<b>5,5</b>	0	0
<b>Образ народа</b>	9,1	<b>11,1</b>	9,9	7,5
<b>Образ власти</b>	12,5	<b>18,9</b>	3,7	15,4
<b>Образ лидера</b>	11,0	<b>18,2</b>	3,8	13,2

Зафиксированная зависимость между политико-психологическими индикаторами «политическая идентичность» и «эмоциональный знак» дала основания для корреляционного анализа между переменными «идентичность слабо

<sup>296</sup> Для анализа использовались наиболее актуализированные самоассоциации респондентов: национально-государственная (36,8%), семейно-ролевая (18,3%) и слабо выраженная идентичность (39,1%).

выражена»/«национально-государственная идентичность» и матрицей расстояний шкал семантического пространства испытуемых. Мы наложили указанные переменные на каждую категорию из семантического пространства. Сразу стоит отметить, что описанная статистическая процедура была проведена с другими переменными и только по индикатору «политическая идентичность» показала наличие плотных связей<sup>297</sup>.

Факторный анализ, описанный в предыдущем параграфе, позволил выделить 5 показателей, которые представляют собой наборы критериев для характеристики крупного политического объекта – страны. Наиболее сильным показателем стала «**привлекательность страны**». Именно поэтому, в качестве примера, мы ссылаемся на таблицу сопряженности между переменными «идентичность слабо выражена»/«национально-государственная идентичность» и категориями показателя «привлекательность страны» (см. приложение №13).

Результаты корреляционного анализа подтверждают теории А. Тэджфела и Дж. Тернера о характере социальной идентичности. Эффект ингруппового фаворитизма определяет специфику политического восприятия – представители одной социальной общности положительнее воспринимают группу, к которой принадлежат, и наоборот, если индивид не связан с конкретной социальной группой, то воспринимает ее гораздо критичнее.

На таблице в приложении №13 хорошо видна зависимость между оценкой своей страны и наличием или отсутствием идентификационной связи между индивидом и государством. Тем самым, респонденты, называющие себя «гражданин РФ», оценивали свою страну намного лучше, нежели респонденты, у которых самоидентификация затруднена. Наличие у индивида политической идентичности, основанием которой является национально-государственная идентичность, определяет позитивное восприятие своей страны.

Итак, более чем у половины опрошенных россиян имеются характерные представления о самоидентификации. Ярче остальных проявились признаки «идентичность слабо выражена» (39,1%) и «национально-государственная идентичность» (36,8%):

---

<sup>297</sup> В ходе корреляционного анализа мы фиксировали слабые коэффициенты связи, либо вовсе отсутствие любых зависимостей между индикаторами «когнитивный стиль», «ценностные ориентации», «потребности» и «политическая активность» и матрицей расстояний шкал (семантическое пространство).

Наиболее плотные связи были обнаружены между индикаторами «эмоциональный знак»/«политическая идентичность» и категориями семантического пространства.

Логичная зависимость шкалирования категорий отражала эмоциональный знак в отношении воспринимаемого объекта, т.е. присвоение высшей оценки стране всегда сопровождалось позитивным отношением к ней.

Понимая очевидность данной связи, мы опустили описание установленной зависимости и сосредоточились на корреляционном анализе по переменным «идентичность слабо выражена» и «национально-государственная идентичность».



1) Жители России, обладающие национально-государственной идентичностью, чаще остальных рисуют в своем сознании положительный образ страны. У них наиболее актуализированы базовые потребности – физиологическая, потребность в безопасности, потребность в принадлежности и любви;

2) Жители России, у которых идентичность слабо выражена, чаще остальных связывают образ страны с отрицательными эмоциями. Это люди преимущественно молодого поколения в возрасте от 16 до 24 лет, обладающие абстрактным стилем мышления.

Выявленные статистические зависимости позволили нам предположить, что политическая идентичность российских граждан оказывает влияние на формирование аффективного образа России.

### Эмоциональный психологический фактор

#### *Эмоциональный знак*

Характер влияния эмоционального фактора подлежал анализу через положительный, отрицательный и нейтральный эмоциональный знак. Для каждого элемента образа страны проводилась оценка эмоционального отношения респондентов.

В целом, Россия воспринимается своими гражданами положительно – 86,3%, были и те, кто высказывался о своей стране нейтрально – 11,1%, меньшинство составили респонденты, для которых Россия вызывала отрицательные эмоции – 2,6%.

Частотные таблицы по каждому элементу образа страны (см. таблицу №12) показывают, что наиболее позитивным является образ народа (69,4%), в свою очередь наиболее негативным – образ власти (12,5%).

*Таблица 12 Эмоциональный знак в отношении элементов образа страны*

Эмоциональный знак/ Компоненты образа страны (% по столбцу)	Образ стран ы	Образ территории	Образ истории	Образ народа	Образ власти	Образ политическог о лидера
<b>Положительный</b>	<b>86,3</b>	35,2	50,4	69,4	9,9	58,8
<b>Отрицательный</b>	<b>2,6</b>	9,3	2,6	9,1	12,5	11,0
<b>Нейтральный</b>	<b>11,1</b>	55,5	47,0	21,5	77,6	30,2

Примечательно, что большинство респондентов (59,1%), которые говорили о власти со знаком плюс ассоциировали ее с президентом: *«Власть ассоциируется с сильным и надежным человеком – президентом России Владимиром Путиным»*. Тем самым, **личность политического лидера влияет на восприятие власти в целом**, распространяя свой положительный эмоциональный заряд и на образ власти.

Около 60% опрошенных окрасили образ современного политического лидера России положительными эмоциями: *«Его деятельность достойна уважения: нравится его уверенность в действиях, умение держаться в тяжёлых ситуациях, быстрое принятие решений»*. При этом, россиянам более всего импонируют профессиональные (80,2%) и психологические (44%) качества В.В. Путина.

Эмоциональное отношение к образу территории по большей части нейтральное (55,6%), что может быть вызвано аффективно устоявшимися представлениями о территориальном пространстве России – о природно-климатических условиях, ландшафте, животном и растительном мире.

Однако, более половины респондентов (52,6%), которые позитивно воспринимают территориальное расположение своей страны настаивают на отсутствии каких-либо границ у России. Мы предполагаем, что положительное восприятие территории у испытуемых частично обусловлено идеями державности и «русского мира».

Несмотря на наличие определенных закономерностей между фактором «эмоциональный знак» и элементами образа страны, стоит отметить, что корреляционный анализ не выявил каких-либо устойчивых зависимостей между переменными. При этом, определение «эмоций» респондентов затруднено «шумом» внешних раздражителей. Как следствие, детерминация «эмоционального знака» в период исследования носит ситуативный и временный характер.

В тоже время, эмоциональный знак явно характеризует аффективную окраску политических образов, давая возможность для дальнейшего многофакторного анализа.

Исходя из анализа эмпирических данных, можно выдвинуть гипотезу о том, что эмоциональный фактор не обладает достаточной силой влияния для формирования конкретного образа страны, однако в сочетании с другими психологическими факторами, эмоции оказывают сильное воздействие на характер восприятия политического объекта.

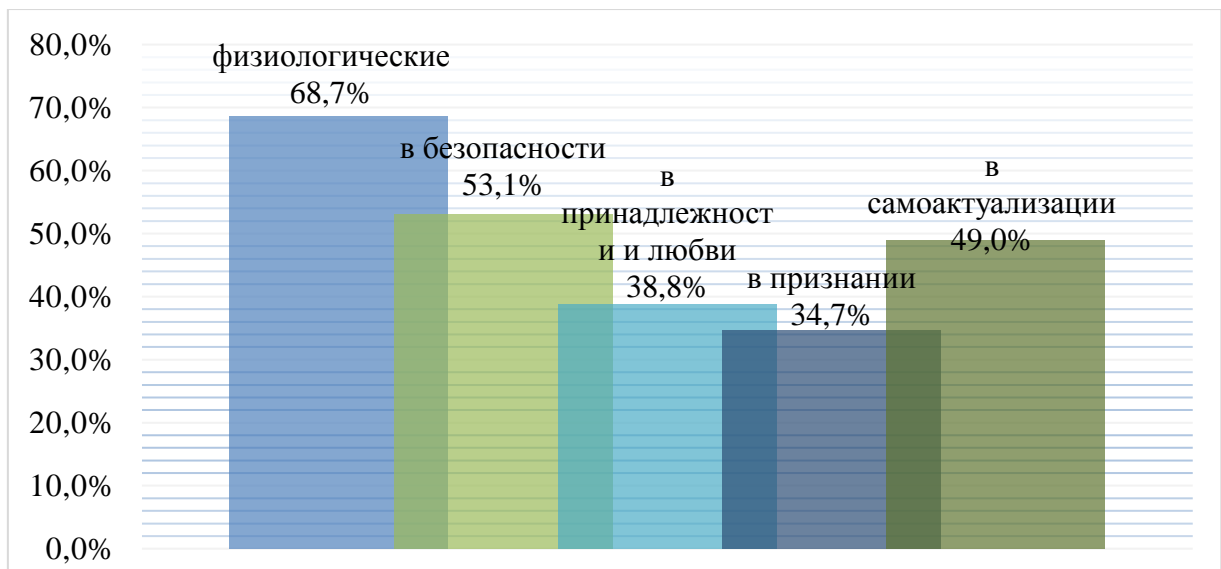
### **Поведенческий психологический фактор**

#### ***Потребности***

Для анализа поведенческого фактора использовалась теория человеческой мотивации А. Маслоу с выделением базовых потребностей: физиологических, потребности в безопасности, потребности в принадлежности и любви, потребности в признании и потребности в самоактуализации.

Используя методику определения актуальности основных потребностей («Пирамида потребностей») в модификации И.А. Акиндиной<sup>298</sup>, мы получили потребностный профиль интервьюированных россиян (см. таблицу №13).

*Таблица 13 Потребностный профиль российских граждан 2015-2016 гг.*



Из графика видно, что наиболее актуализированными являются потребности низшего уровня – физиологическая (68,7%) и потребность в безопасности (53,1%). Политический контекст (период 2014-2016 гг.) во многом объясняет высокие показатели этих потребностей: социальная и экономическая благоустроенность российских граждан значительно снизилась в сравнении с предыдущими годами, что сразу же отразилось на поведенческом уровне личности.

По теории А. Маслоу, при удовлетворении потребности определенного уровня, индивид стремится удовлетворить следующую за ним потребность (т.е. если потребность недостаточна удовлетворена, то личность не может перейти к следующему уровню). Однако, при возникновении трудности по удовлетворению низших потребностей, индивид может обратиться к высшей потребности в самоактуализации. График отлично иллюстрирует подобный феномен: потребность российских граждан в самоактуализации (49,0%) близка по значению к потребности в безопасности (53,1%).

<sup>298</sup> Настольная книга практического психолога / Сост. С.Т. Посохова, С.Л. Соловьева. – Москва : АСТ; Санкт-Петербург: Хранитель: Сова, 2008. – 671 с. С. 314-318.

В рамках исследуемой темы, мы предполагаем, что высокий уровень значимости высшей потребности в самоактуализации коррелирует с образом народа. Иными словами, в период политической, социальной и экономической нестабильности, когда население государства менее всего защищено от кризисов, гражданин сосредотачивается на ядре образа страны – образе народа. Происходит некая «рефлексия на уровне нации». Тем самым, российское массовое сознание акцентирует внимание на раскрытие собственного потенциала, проявлении высоких моральных качеств и достоинств непосредственно самих жителей страны.

Далее, восприятие России сквозь призму потребностей демонстрирует некоторые закономерности (см. таблицу №14):

- ♦ респонденты, для которых потребность в принадлежности и любви и потребность в признании являются важными, категория «дом» превышает общий показатель (22,8% и 23,5% против 15,6%);
- ♦ категория «сильное государство» наиболее чувствительна к потребности в принадлежности и любви (10,0%), что не совсем логично в сравнении с потребностью в безопасности (3,8%), которая больше отвечает запросу на «сильное государство».

*Таблица 14 Образ России: мотивационно-потребностный срез*

Категория/ Потребности (% по столбцу)	%	Физиологическая потребность	Потребность в безопасности	<b>Потребность в принадлежности и любви</b>	<b>Потребность в признании</b>	Потребность в самоактуализации
Родина	54,1	53,5	59,0	49,1	47,1	52,8
<b>Дом</b>	<b>15,6</b>	15,8	16,7	<b>22,8</b>	<b>23,5</b>	18,1
<b>Сильное государство</b>	<b>9,5</b>	6,9	3,8	<b>10,0</b>	5,9	6,9
Страна	6,1	5,0	5,1	5,3	5,9	8,3
Другое	14,7	18,8	15,4	12,3	17,6	13,9

Первую закономерность, корреляцию с переменной «дом», можно интерпретировать как желание индивида видеть в своей стране то место, где он сможет обрести теплые семейные отношения, где он будет понят и принят таким какой он есть.

Что касается второй закономерности, то можно предположить, что респонденты с нехваткой потребности в принадлежности и любви находят это состояние в «сильном

государстве», которое способно обеспечить им устойчивые социальные отношения. Подобная закономерность рисует образ сильного государства, не как инструмента обеспечения безопасности, а как «*pater familias*» – отца семейства.

Используя программный пакет SPSS Statistic, мы применили корреляционный анализ, согласно которому между переменными существует ряд зависимостей:

1. Актуализация базовой **потребности в безопасности** связана с разочарованием россиян состоянием внутренней политики, но наиболее чувствительно испытуемыми воспринимается незащищенность в социальной сфере.

2. Россияне, для которых важна **потребность в принадлежности и любви**, в сравнении с другими актуализированными потребностями, чаще остальных обращают внимание на тот факт, что в международных отношениях Россия стремится к миру. Помимо этого, переменная «потребность в принадлежности и любви» коррелирует с категорией образа власти «В.В. Путин», т.е. для индивидов с необходимостью удовлетворения потребности в принадлежности эту роль на уровне власти выполняет действующий президент России – В.В. Путин.

3. Респонденты, у которых **потребность в признании и потребность в самоактуализации** важны, чаще склоны считать, что Россия безгранична и распространяет свое влияние на территории других стран. Также, эти респонденты видят более светлый и позитивный образ народа, в отличие от индивидов с приоритетом потребности в безопасности, для которых народ России обладает скорее отрицательными качествами, чем положительными. Именно эта группа испытуемых настаивала на существенной общенациональной проблеме России – практически во всех сферах страна не реализует свой потенциал.

4. Для респондентов с высокой **потребностью в самоактуализации** одними из важнейших достоинств России являются «народ» (31,3%) и «богатая культура» (22,9%). Также, преобладание потребности в самоактуализации плотно связано с одним из параметров образа политического лидера – «силой»<sup>299</sup>, а именно, чем больше показатель высшей потребности, тем слабее выглядит лидер.

Изложенные статистические зависимости в сочетании с обозначенными показателями страны (семантический код) позволяют описать **влияние потребностей на характер восприятия России:**

---

<sup>299</sup> Опираясь на данные статистического анализа, переменные «сила» и «потребность в самоактуализации» коррелируют.

- ♦ Физиологические потребности и потребность в безопасности связаны с показателем «стабильность страны» – индивид воспринимает Россию с позиции социальных, экономических, этнических проблем;
- ♦ Потребность в принадлежности и любви связана с показателем «привлекательность страны» – субъектное восприятие нацелено на формирование персонифицированного образа власти;
- ♦ Потребность в признании и потребность в самоактуализации связаны с показателем «авторитет страны» – личность имеет положительные представления о России;
- ♦ Потребность в самоактуализации связана с показателем «активность страны» – индивид нацелен на познание национального самосознания.

Таким образом, актуализированные индивидуальные потребности субъекта восприятия **проецируются на показатели, качества и признаки воспринимаемого объекта**. Описанные зависимости между элементами образа страны и «потребностями» позволяют нам сформулировать рабочие гипотезы:

- 1) Как один из психологических факторов, индивидуальные потребности проецируются на воспринимаемый политический объект, оказывая тем самым влияние на формирование образа страны.
- 2) Усиление потребности в самоактуализации способствует «национальной рефлексии».

### ***Политическая активность***

Категоризация политической активности респондентов осуществлялась по шкале активный/пассивный. Согласно полученным эмпирическим данным, желание принимать участие в политической жизни страны, ходить на выборы, быть членом партии, участвовать в демонстрациях и другие виды политической активности разделяют около 42% опрошенных; в свою очередь, 38,3% проявляют пассивное политическое поведение. Следовательно, в российском обществе примерно равное количество политически-активных и пассивных индивидов<sup>300</sup>.

Результатом проведения корреляционного анализа в SPSS Statistic стало заключение об отсутствии статистических зависимостей между переменной «политическая активность»

---

<sup>300</sup> Явка избирателей на выборы в Государственную Думу седьмого созыва, проходившие в сентябре 2016 года, составила 47,81%, т.е. примерно половина российских граждан проявила свою политическую активность. URL: <http://cikrf.ru/news/cec/2016/09/19/01.html> (Дата обращения: 9.10.2016).

и элементами образа страны. Таким образом, политическая активность граждан как один из поведенческих психологических факторов напрямую не влияет на восприятие страны.

### **Выводы по параграфу 2.3.**

В параграфе 2.3 исследовательский фокус был наведен на психологические факторы, раскрывающие индивидуальные характеристики воспринимающего субъекта. Наибольший интерес представлял поиск устойчивых зависимостей между когнитивными, эмоциональными и поведенческими психологическими факторами и особенностями восприятия страны. Анализ политического восприятия с позиции характеристики субъекта дал важные теоретико-методологические выводы:

**Во-первых, на формирование образа страны влияют** политико-психологические индикаторы психологических факторов:

- ♦ когнитивный стиль;
- ♦ ценностные ориентации;
- ♦ политическая идентичность;
- ♦ и потребности индивида.

Категоризация индивидов на абстрактный и конкретный стили концептуализации выявила особенности влияния **когнитивного стиля** на политическое восприятие:

- ♦ Личности **абстрактного типа** формируют интернальные политические образы в плоскости разумно-критичного индивидуализма, которые опосредованы внутренними, личностными признаками субъектов политики.
- ♦ Личности **конкретного типа** имеют более стереотипизированные, когнитивно простые, экстернальные образы страны, характеризующиеся внешними факторами формирования.

**Ценностные ориентации** россиян содержат группы актуализированных политических ценностей – «безопасность», «справедливость», «законность», «прогресс, развитие», «права человека» и «свобода», которые плотно между собой взаимосвязаны. Несмотря на широкий спектр ценностей, выбор интервьюированных россиян чаще всего останавливался на ценностях:

- ♦ **безопасность** является необходимым базисом для всей ценностной структуры российского массового сознания;
- ♦ **справедливость** отвечает за равное, стабильное состояние любых политических отношений;

- ♦ **законность** олицетворяет верховенство закона и порядка в стране, независимо от политической обстановки;
- ♦ **прогресс, развитие** связаны с образом будущего России и раскрытием потенциала страны;
- ♦ **права человека** выступают естественным условием функционирования безопасной политической системы;
- ♦ **свобода** является гарантом развития и безопасности личности.

Как показал статистический анализ существенное влияние на восприятие страны оказывают ценностные ориентации – «безопасность», «патриотизм» и «сильное государство», опосредующие **формирование положительных образов** страны, территории, народа и лидера. Более всего ценностные ориентации сказались на позитивном восприятии политического лидера, что говорит о наличии удовлетворенных ценностных ожиданий индивида. Тем самым, россияне видят в личности своего президента актуализированные для российского массового сознания политические ценности, что значительно влияет на одобрение деятельности В.В. Путина и подкрепляет его авторитет.

Индивидуальный выбор политических ценностей определяет форму образа политической власти: респонденты адаптирующегося и социализирующего типа личности, предпочитающие ценности «безопасность», «законность» и «патриотизм», обладают **иерархичными** представлениями о российской власти как о структуре государственных органов. Респонденты индивидуализирующегося типа личности, с актуализированными ценностями «права человека» и «свобода», имеют **персонифицированный** образ российской власти.

**Самоидентификация** российских граждан проходит по нескольким идентификационным категориям:

- ♦ Национально-государственная идентичность;
- ♦ Семейно-ролевая идентичность;
- ♦ Социокультурная идентичность;
- ♦ Этническая идентичность;
- ♦ Идентичность слабо выражена

Индикаторы «национально-государственная идентичность» и «идентичность слабо выражена» стали основанием для изучения **политической идентичности** россиян. Автор отмечает сильную зависимость между наличием политической идентичности у индивида и аффективным восприятием страны:

- ♦ Индивиды, идентифицирующие себя с Россией, воспринимают свою страну через положительные аффективные представления.



- ♦ Индивиды, не имеющие идентификационных связей, имеют более негативные политические образы страны.

Для россиян актуализированными являются низшие базовые **потребности** – физиологическая и потребность в безопасности, однако, на восприятие страны оказывают воздействие вся иерархическая структура потребностей индивида:

- ♦ неудовлетворенные низшие потребности влияют на показатель «стабильность страны» и акцентируют в сознании индивида представления о социальных, экономических, этнических проблемах как об отрицательных признаках образа страны;
- ♦ потребность в принадлежности и любви влияет на показатель «привлекательность страны» и формирует персонифицированный образ власти;
- ♦ актуализированные высшие потребности влияют на показатель «авторитет страны» и акцентируют внимание на роли народа при восприятии страны;
- ♦ потребность в самоактуализации связана с показателем «активность страны». Она влияет на самоанализ нации, постижение национального самосознания, актуализацию нации как основного участника политических отношений.

**Во-вторых**, статистический анализ не выявил устойчивых зависимостей между образом страны и характеристиками воспринимающего субъекта:

- ♦ идеологические предпочтения;
- ♦ эмоциональный знак;
- ♦ и политическая активность индивида.

Когнитивный психологический фактор «**идеологические предпочтения**» в рамках данного диссертационного исследования является не валидным. Россияне, идентифицирующие себя с классическими идеологическими концепциями, не дифференцируют свои ценностные ориентации. Тем самым, как бы индивид не определял свою идеологию, он выбирает политические ценности, разделяемые всем обществом.

Эмоциональный психологический фактор «**эмоциональный знак**» представляет собой крайне трудный для верификации политико-психологический индикатор. Эмоции как таковые подвержены постоянным изменениям, и зафиксированные эмоциональные знаки в отношении воспринимаемого объекта могут меняться в зависимости от внешних и внутренних факторов, влияющих на субъект. В тоже время, эмоциональная окраска образа раскрывает широкие границы для многофакторного анализа – в сочетании с другими политико-психологическими индикаторами эмоциональный знак опосредует формирование образа страны.

Поведенческий психологический фактор «**политическая активность**» интерпретировался с помощью категоризации индивидов на политически активных и пассивных. Корреляционный анализ не зафиксировал прямых зависимостей между образом страны, его компонентами и политической активностью субъекта.

**В-третьих**, анализ политико-психологических характеристик личности выявил взаимосвязь когнитивного, эмоционального и поведенческого факторов. Автор не называет какой-либо фактор превалирующим, так как они в совокупности формируют субъективные представления индивида о политической реальности. При этом, явным влиянием обладает когнитивный психологический фактор, который отвечает за познавательные процессы индивида и, как правило, беспрепятственно поддается политико-психологическому исследованию. Однако, простота в получении первичных данных не означает линейность их анализа, а наоборот, требует от исследователя более глубокой интерпретации и комплексного подхода, что и было предпринято в данной работе.

### **Выводы по Главе 2.**

Эмпирическая часть диссертационного исследования заключалась в объектно-субъектном анализе феномена политического восприятия России. Во второй главе описаны статистические зависимости между готовыми политическими образами страны, территории, истории, народа, власти и лидера и личностными характеристиками субъекта. Также, автор выделил показатели, помогающие исследователю охарактеризовать Россию согласно требованиям российского массового сознания, предъявляемым к оценке политического объекта «страна».

Перцепция России в 2014-2016 гг. проходила в условиях экономического кризиса, нестабильной международной обстановки и геополитической трансформации. Динамический политический контекст во многом отразился на самой воспринимающей личности и ее образе страны. Политико-психологический анализ позволил изучить проблему формирования представлений российских граждан о своей стране в изменяющемся политическом климате.

Формирование гештальта России сопровождается психологическими механизмами категоризации, идентификации, каузальной атрибуции, рефлексии и стереотипизации, также, восприятие страны связано с эффектом ингруппового фаворитизма. Перечисленные механизмы и эффекты помогают психике субъекта воспринимать сложные политические объекты. Субъект является носителем образа политической реальности и, руководствуясь этим образом, ориентируется во внешнем мире.

Согласно выделенным пяти субъектным **показателям** «привлекательность страны», «сила страны», «стабильность страны», «авторитет страны» и «активность страны», на осознаваемом уровне, Россия воспринимается как сильное, привлекательное, авторитетное государство, активное в международных отношениях, пассивное во внутренней политике, имеющее проблемы с безопасностью, справедливостью и социально-экономическим развитием.

Россия неосознанно воспринимается своими гражданами как «родное место» для жизни. В представлениях россиян устойчиво сложился территориальный образ места, связь с которым характеризуется сильной темпоральной и эмоциональной ориентацией. Индивид связывает свое прошлое, настоящее и будущее со страной, в которой живет и по отношению к которой испытывает крепкие родственные чувства. Именно такая аффективная связь защищает сознание индивида от посягательств агрессивного внешнего мира, выраженных в разного рода общественных проблемах.

В представлениях россиян о стране прослеживаются **статусно-ролевые ожидания** по отношению к политическим акторам – народу, лидеру и носителям политической власти. Экстраполируя ролевую теорию на феномен политического восприятия, можно говорить о том, что в гештальте России политические образы занимают особые социальные позиции и выполняют соответствующие им социальные роли<sup>301</sup>.

**Образ народа** является центральным звеном в гештальте России и выполняет роль «борца за справедливость», который взаимодействует с остальными элементами образа страны. В образе народа заключены дихотомические представления о людях, живущих в России, они характеризуются и положительными и отрицательными личностными качествами. Причем, негативные проявления национального самосознания сопряжены с исторически сложившимися общенациональными проблемами, которые опосредуют проявления девиантного поведения в российском обществе.

Перцептивные представления о российском народе отражают феномен конформизма в сочетании с активной борьбой за тотальную справедливость. На психологическом уровне, это выглядит так, что индивид желает идентифицировать себя с конкретной общностью – российским государством, получая статус участника политических отношений, в тоже время, он отказывается брать на себя серьезные политические решения, так как его поведенческий компонент сдерживается низшими базовыми потребностями.

---

<sup>301</sup> Каширина Л.В. Статусно-ролевые аспекты социально-психологических состояний социальных групп // Социология власти. – 2004. – №5. – С. 124-134.

**Образ лидера** выполняет роль «отца в большом семействе», что полностью отражает патерналистские политические традиции России. На неосознаваемом уровне российское общество готово принимать сложные политические решения лидера и следовать за его идеями, так как лидер является защитником национальных интересов, именно он оберегает народ от несправедливости внешнего мира.

Как показали результаты исследования, образ сильного политического лидера определяет позитивное восприятие временного периода в истории России, обозначающее правление данного лидера. Тем самым, феномен персонификации российской власти также проявляется и на темпоральном образе России.

Представления об идеальном и реальном российском политике наглядно слились в образе президента В.В. Путина, которому присущи маскулинные качества силы, активности, уверенности, патриотичности, твердой воли, ума. Образ президента имеет привлекательные профессиональные характеристики в сфере международной политики, однако, политическое поведение в вопросах внутренней политики не вызывает одобрения со стороны населения.

В тоже время, в представлениях народа о внутренних государственных проблемах, ответственность за которые несет лидер страны, содержится аффективная связь с деятельностью российской власти. Именно представители ряда властных структур (депутаты, чиновники, олигархи) ответственны за кризисные явления в государстве, они воспринимаются как «преграда» для реализации потенциала страны, что отрицательно сказывается на привлекательности образа лидера, так как, по мнению россиян, президент должен нивелировать негативные проявления власти в стране.

**Образ российской власти** содержит представления о политических институтах России, в которые входят президент, представители политической и экономической элиты страны, парламент, Правительство, партия власти («Единая Россия»).

Массовое сознание содержит реальные образы двух ветвей власти – законодательной и исполнительной, избегая судебную ветвь власти. Принимая во внимания полученные данные, автор предполагает, что место суда в системе распределения власти в России заняла экономическая элита. Россияне, помимо абстрактных смысловых единиц – сила, могущество, управление, неосознанно ассоциируют власть с вполне реальной категорией «деньги». Представления о деньгах встроились в образ российской власти, спровоцировав дисбаланс всей политической системы. Общество ощущает несправедливость, исходящую от власти, так как она связана с несправедливой по своей природе категорией денег.

В восприятии власти сохраняются традиции персонификации и иерархичности – президент В.В. Путин занимает высшую позицию во властной иерархии, за ним следуют образы отдельных политических деятелей, олицетворяющих те или иные политические институты.

Реализация статусно-ролевых предпочтений российского политического сознания происходит на фоне гармоничного **территориального образа** России. Перцептивные представления россиян о территории своей страны соответствуют реальному геополитическому положению России, при этом, в российском массовом сознании еще остались территориальные образы советской России. Идеальным образом российской территории становится отсутствие любых границ, расширение отечественной культуры, традиций, русского языка. Восприятие будущего пространства России не отличается такой стабильностью как сегодняшний образ территории, общество находится в замешательстве и не высказывает единой позиции по вопросу геополитических изменений в России.

Во всей сложной структуре образа страны, именно история оказала довлеющее влияние на современную модель поведения россиян – события прошлого глубоко встроились в политическую культуру и менталитет российского общества. На основе исторических прецедентов сформировались статусно-ролевые ожидания по отношению к образам-настоящего и образам-будущего. Сегодня **образ российской истории** наполнен когнитивно простыми, однако, аффективно сильными конструкциями. Несмотря на стереотипизированность символической стороны образа истории, он обладает широким спектром символических знаков, включающих в себя символы государственности, конкретные и абстрактные символы-клише, символы культуры и народа, символы персон и символы-достижения.

В образе истории сочетаются как положительные, так и отрицательные признаки, которые органично вписаны в представления россиян о своей стране. **С одной стороны**, Россия не реализует свой экономический, политический, культурный, научный и т.д. потенциал; в стране сложились многовековые традиции коррупции и бюрократии; регионы развиваются неравномерно; власть абстрагировалась от народа и его проблем. **С другой стороны**, именно сложные периоды в истории России характеризуются как самые успешные времена – военные, культурные, научные, спортивные достижения представляются как результат преодоления трудностей единой нацией.

Согласно результатам политико-психологического исследования, восприятие страны в значительной мере обусловлено психологическими факторами. Внутренние характеристики индивида влияют на особенности перцептивного процесса, они опосредуют форму, состав и семантику образа России. Важной чертой психологических факторов

является их взаимосвязь между собой, в сочетании когнитивный, эмоциональный и поведенческий факторы сопровождают образование политических образов в сознании субъекта.

**Когнитивный психологический фактор**, представленный политико-психологическими индикаторами – когнитивный стиль, ценностные ориентации и политическая идентичность, влияет на характер восприятия страны ее гражданами.

- ♦ Когнитивный стиль личности обуславливает формирование всех политических образов страны.
- ♦ Ценностные ориентации личности наибольшее воздействие оказывают на формирование образа власти и образа политического лидера в России.
- ♦ Политическая идентичность личности влияет на формирование аффективного образа страны.

**Эмоциональный психологический фактор**, изучаемый с помощью индикатора эмоциональный знак, продемонстрировал косвенное влияние на формирование образа России. Его воздействие прослеживается в сочетании с когнитивным и поведенческим факторами. Поэтому строить прогнозы на основе эмоционального фактора не представляется возможным, однако, пренебрегать этой характеристикой не в коей мере нельзя, так как она задает вектор восприятия любого политического объекта.

**Поведенческий психологический фактор**, определяемый политико-психологическим индикатором – базовые потребности, оказывает воздействие на процесс формирования перцептивных представлений о России. Потребности проецируются на форму политических образов, также они связаны с идентификационными кодами личности. Что касается индикатора «политическая активность», то он напрямую не влияет на формирование внутреннего образа России: деятельность в сфере политики, как правило, обогащает индивида политическими знаниями, которые в свою очередь и влияют на построение «гештальта России».

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В условиях современного информационного общества роль субъекта в политической реальности становится гиперактуальной, но как показал анализ научной литературы, наиболее востребованной темой для исследований является уже готовый политический образ, факторы и механизмы его формирования. Что же касается внутренних субъектных закономерностей протекания процесса политического восприятия, то эта область практически не изучена. Именно поэтому в диссертационной работе мы попытались выявить **особенности влияния психологических факторов** на формирование образа страны.

Образ страны как объект исследования можно рассматривать согласно нескольким теоретико-методологическим подходам: политико-культурному, политико-коммуникативному, политико-географическому и политико-психологическому. Важной спецификой обладает последний **политико-психологический подход**, который в некоторой степени генерирует все остальные теории, при этом, акцентируя внимание исследователя на воспринимающем субъекте.

Проведенное исследование в рамках политико-психологического подхода позволило нам создать концептуальную модель формирования образа своей страны в сознании российских граждан. С одной стороны, у нас имеется субъект с индивидуальными психологическими характеристиками (когнитивный, эмоциональный и поведенческий факторы), с другой стороны, в его сознании содержится проекция политического объекта – образ страны. Наша цель зафиксировать и проинтерпретировать корреляции между этими явлениями психики воспринимающего субъекта.

В результате проведенного исследования, мы можем говорить, что **образ страны** представляет собой целостное образование политического сознания индивида, вбирающее в себя определенный спектр политических образов, связанных семантически и аффективно между собой. В **структуру образа России** на осознаваемом и неосознаваемом уровнях восприятия входят пять компонентов: территориальный образ России, образ российской истории, образ русского народа, образ российской власти и образ политического лидера страны. Каждый компонент образа страны может рассматриваться как самостоятельный политический образ, однако в «гештальте России» они сопряжены и занимают особое положение.

Под «гештальтом России» мы понимаем некую целостную конструкцию политических образов страны, в отношении которых имеются **статусно-ролевые ожидания** воспринимающего субъекта. Конструкция образа России выглядит следующим

образом: в центре располагается образ российского народа, который выполняет роль «борца за справедливость»; над образом народа довлеет образ российской власти в лице представителей ряда властных структур, ограничивая поступательное развитие государства; над всеми ними авторитетно расположился образ российского президента В.В. Путина, который сдерживает давление власти и является гарантом безопасности народа. За образом российской территории закреплено представления о великих русских просторах, на фоне которых и происходят коммуникации между образами народа, власти и лидера. Что же касается образа российской истории, то в нем заключен код гештальта России, транслируемый в российском массовом сознании.

Сравнивая исследования по анализу образа России прошлых лет и проведенное нами в период 2014-2016 гг., можно сказать, что образ страны является подвижной конструкцией политического сознания, во многом, зависящей от ситуативного фактора. Конкретные общественно-политические события этого времени усилили привлекательность образа России. На наш взгляд, это связано с развитием национально-государственной идентичности в российском массовом сознании, которая определяет эмоциональный знак при восприятии страны. Также, из этого следует, что изменение в образе истории (изменение кода матрицы) отражается на образе страны в целом – в сознании россиян появился прецедент исторических событий, обозначивший новый статус России на мировой арене.

«Гештальт России» подчиняется закону хорошей формы, поэтому образ России, как таковой, наполнен когнитивно простыми, вместе с тем, аффективно сильными субъективными представлениями, которые объединяют личность воспринимающего и политический объект в пространстве и времени: Россия – это родное место для жизни прошлых поколений, нынешних и будущих.

Принимая во внимания результаты диссертационного исследования, мы можем говорить, что авторская гипотеза полностью подтвердилась: когнитивный, эмоциональный и поведенческий факторы в совокупности влияют на формирование образа своей страны в сознании интервьюированных россиян.

Политико-психологический индикатор **когнитивный стиль** опосредует формирование экстернатальных и интернатальных образов России и входящих в него компонентов. Для интервьюированных россиян с абстрактным типом мышления свойственен разумно-критичный индивидуализм, в условиях которого, индивид воспринимает мир политики как пространство, сконструированное реальными людьми, с их внутренними особенностями. Другая группа респондентов, с конкретным типом концептуализации, рисует в своем сознании политические образы, обусловленные



внешними факторами. Тем самым, характер когнитивных процессов индивида влияет на атрибутивные механизмы политического восприятия, вынуждая его рассуждать о тех или иных причинах занимаемого политическим объектом положения в российской политической действительности.

Следующий индикатор когнитивного фактора – это **ценностные ориентации** индивида, представленные в виде групп политических ценностей. Как раз доминирование тех или иных групп ценностей в сознании воспринимающего субъекта и влияет на формирование образа страны и его компонентов. Так, приоритет у респондентов ценностей «безопасность», «законность» и «патриотизм» ведет к положительному восприятию России, ее территории, истории, народа и лидера. Для тех кому важны социальные ценности («безопасность», «законность» и «патриотизм») образ власти – это иерархичная система властных институтов, а тем, кому ближе индивидуалистические ценности («права человека» и «свобода») образ власти отражается в персоне политического лидера.

Из анализа можно сделать вывод о том, что ценностные ориентации личности направляют ее психические процессы и формируют индивидуальные установки, соответствующие природе доминирующих политических ценностей. Иными словами, выбор россиян политических ценностей связан с эмоциональным знаком в отношении России и ее институтов и с формой образа российской власти.

Для анализа политико-психологического индикатора **политическая идентичность** было важно установить наличие или отсутствие национально-государственной идентичности у респондентов и сравнить их особенности восприятия с теми испытуемыми, у которых идентичность слабо выражена. В результате мы получили устойчивые зависимости между существованием идентификационных связей «гражданин-государство» и положительными перцептивными представлениями о своей стране.

Любопытными результатами исследования стали: во-первых, обнаружение связи между национально-государственной идентичностью и актуализированными низшими потребностями. В качестве интерпретации этого явления можно предположить, что беспокойство респондента об удовлетворении физиологических потребностей и потребности в безопасности нивелируется связью со своей страной, в которой государство выполняет функции социальной, экономической и политической защиты. И во-вторых, фиксация корреляций между идентификационным кодом личности и его когнитивным стилем мышления. Данные зависимости требуют дальнейшего политико-психологического изучения с более прицельными методами анализа.

Стало быть, то как категоризирует себя воспринимающий субъект влияет на его восприятие политической реальности – отнесение индивида к определенной социальной

группе, в нашем случае, к гражданам России является фактором влияния на формирование аффективного образа своей страны.

Одним из инструментов анализа был метод семантического дифференциала, который позволил выявить значимые для российского массового сознания **показатели оценки страны**. Ставшие уже классическими в политической науке осгудовские параметры «сила», «активность» и «привлекательность» были дополнены новыми показателями – «стабильность страны» и «авторитет страны». Хотелось бы отметить, что наиболее сильными показателями при формировании представлений о стране стали «привлекательность», «сила» и «стабильность» страны. Для каждого показателя мы сконструировали свою формулу, раскрывающую достижение наибольшей оценки индивида по данному показателю:

1. *«Привлекательность страны через будущие перспективы».*
2. *«Сила страны через национальное единство».*
3. *«Стабильность страны через материальное благополучие».*
4. *«Авторитет страны через международное влияние».*
5. *«Активность страны через открытую коммуникацию».*

В целом, **осознаваемый образ России** – это сильное, активное и авторитетное в международной политике государство, обладающее высоким потенциалом развития в будущем, но имеющее некоторые проблемы в настоящем, которые связаны с социально-экономической напряженностью в российской политической системе.

Что же касается индивидуальных особенностей восприятия России, то с помощью методов статистического анализа, мы обнаружили, что существует устойчивая связь между потребностным профилем респондента и его оценкой страны согласно указанным показателям. На показатель **«привлекательность страны»** влияет потребность в принадлежности и любви: субъекты с актуализированной потребностью склонны к формированию персонифицированных образов российской власти, как одного из элементов образа страны.

На показатель **«стабильность страны»** влияют политико-психологические индикаторы «физиологическая потребность» и «потребность в безопасности». Чем более актуализированы в поведенческом факторе низшие базовые потребности воспринимающего субъекта, тем выше вероятность нестабильности образа России, связанная с социальными, экономическими и/или этническими проблемами.

Показатель **«авторитет страны»** коррелирует с высшими потребностями: личность, чьи поведенческие процессы основаны на потребности в признании и потребности в

самоактуализации, чаще остальных имеют положительные аффективные образы российского народа.

Индивид, оценивающий Россию по показателю «**активность страны**» и имеющий востребованную потребность в самоактуализации, как правило, сосредоточен на понимании национального самосознания и рассматривает образ российского народа как центральный компонент образа страны.

Таким образом, потребности как проявление поведенческого психического процесса во многом определяют характер индивидуальной оценки политического объекта. Наполнение базовых потребностей переносится с субъекта на воспринимаемый объект, задавая тон для восприятия страны по разным показателям. Так развивается установка на формирование определенного образа страны.

Стоит заметить, что в исследовании мы обнаружили частые корреляции между тремя политико-психологическими индикаторами – политическая идентичность, эмоциональный знак и потребности. Существует некая зависимость между преобладанием потребностей, наличием национально-государственной идентичности у индивида и формированием эффективного образа страны и его компонентов. Установленная закономерность подтверждает необходимость комплексного исследования политического сознания индивида и содержащихся в нем политических образов. Выделение какого-то конкретного психологического фактора будет грубым допущением для исследователя, так как когнитивный, эмоциональный и поведенческий факторы плотно завязаны между собой. В дальнейшем, чтобы определить глубинные связи между психологическими факторами потребуются методы политико-психологического подхода и статистический многофакторный анализ.

Из вышеописанного можно заключить, что в сознании опрошенных россиян заложена матрица восприятия политических объектов, согласно которой происходит поддержание реального образа России. Также, на формирование образа страны оказывают влияние политико-психологические характеристики воспринимающего индивида, определяя форму, структуру и семантику политического образа. Когнитивные, эмоциональные и поведенческие факторы обуславливают психологические установки на восприятие страны в том или ином формате.

Полученные выводы, во-первых, подтверждают сложность изучения восприятия политических объектов, во-вторых, доказывают существенное значение личности воспринимающего субъекта как носителя образов политической реальности, и в-третьих, открывают широкие перспективы для политико-психологических исследований.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

### Сайты государственных органов

1. Официальный сайт Центральной избирательной комиссии Российской Федерации. URL: <http://www.cikrf.ru>
2. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. URL: <http://www.gks.ru>
3. Официальные сетевые ресурсы Президента России. URL: <http://www.kremlin.ru>

### Исследования социологических агентств

1. Результаты опросов ФОМ. URL: <http://fom.ru>
2. Результаты опросов и аналитика ВЦИОМ. URL: <http://wciom.ru>
3. Результаты опросов и аналитика «Левада-Центр». URL: <http://www.levada.ru>

### Литература

1. Агеев В.С. Межгрупповое взаимодействие: социально-психологические проблемы. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1990. – 240 с.
2. Андреева Г.М. Психология социального познания: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению и специальностям психологии / Г. М. Андреева. - 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2005. – 301 с.
3. Андреева Г.М., Богомолова Н.Н., Петровская Л.А. Зарубежная социальная психология XX столетия: Теоретические подходы: Учеб. пособие для вузов. – М.: Аспект-пресс, 2002. – 287 с.
4. Арутюнян Ю.В. Социально-культурное развитие и национальное самосознание // Социологические исследования. – 1990. – № 7. – С. 42-49.
5. Асмолов А.Г. По ту сторону сознания. Методологические проблемы неклассической психологии. М.: «Смысл». 2002. – 480 с.
6. Ахременко А.С. Политический анализ и прогнозирование: учеб. пособие / А.С. Ахременко. – М.: Гардарики, 2006. – 333 с.
7. Баранов Н.А. Политическая культура России: традиции и современность // Труды СПб ГУКИ. – 2015. – Т.208. – С. 203-213.
8. Баранов Н.А. Эволюция идеологических приоритетов российских политических партий // Куда пойдет Россия: новые возможности и ограничения современного развития: сборник статей / Ин-т «Справедливый Мир», Рос. ассоц. полит. науки, Фонд

- им. Фридриха Эберта, Ин-т социологии РАН; [редкол.: Л.И.Никовская (отв. ред.), В.Н. Шевченко, В.Н. Якимец]. М.: Ключ-С, 2013. С.241-252.
9. Баталов Э.Я. Политическая культура России сквозь призму civic culture // Человек, мир, политика. М.: Научно-образовательный форум по международным отношениям, 2008. 330 с.
  10. Белановский С.А. Глубокое интервью: Учеб. пособие. – М.: Никколо-Медиа, 2001. – 320 с.
  11. Беспалов С.В. Механизмы формирования позитивного образа России в странах постсоветского пространства / С.В. Беспалов, А.В. Власов, П.В. Голубцов, А.А. Казанцев, А.В. Караваев, В.Н. Меркушев. - М.: Евразийская сеть политических исследований, ИАЦ МГУ по изучению общественно-политических процессов на постсоветском пространстве, 2007. – 131 с.
  12. Бодалёв А.А. Межличностное познание, децентрация, рефлексия, идентификация, эмпатия и их роль в общении // Психология общения. Изб. Психологические труды. – М. – Воронеж: АПСН, 1986. – 256 с.
  13. Бокова Н.Б. Политико-психологический анализ образа России в массовом сознании граждан КНР: дис. ... канд. полит. наук: 19.00.12. - М., 2011.
  14. Бокова Н.Б, Ван Б. Сравнительный анализ рациональных и бессознательных аспектов восприятия власти в Китае. (по результатам эмпирического исследования) // Политическая наука. – 2016. – № Специальный выпуск.
  15. Бражник О.В. Образы государственной власти в общественном сознании // Путеводитель предпринимателя: научно-практическое издание/ под ред. Л.А. Булочниковой. – М.: Российская Академия предпринимательства, 2008. – С. 22-35.
  16. Браун О.А., Яницкий М.С. Методика оценки репрезентации в массовом сознании базовых характеристик культурных типов по М. Мид // СПЖ. – 2015. – №55. – С. 123-136.
  17. Бромлей Ю.В. Этнос и этнография. – М., 1973. – 284 с.
  18. Бромлей Ю.В. Очерки теории этноса. – М.: Наука, 1983. – 412 с.
  19. Брунер Дж. О перцептивной готовности // Хрестоматия по психологии. Психология ощущений и восприятия / под ред. Ю.Б. Гиппенрейтер, В.В. Любимова, М.Б. Михалевской. – М., 1999. С. 134-152.
  20. Брунер Дж. Психология познания. За пределами непосредственной информации. Пер. с англ. К.И. Бабицкого. М.: Директмедиа Паблишинг, 2008. – 782 с.
  21. Букреева О.В. Сравнительный анализ рационального и бессознательного компонентов образов власти в современной России: дис. ... канд. полит. наук: 19.00.12. – М., 2013.

22. Бызов Л.Г. Консервативный тренд в современном российском обществе – истоки, содержание и перспективы // *Общественные науки и современность*. – 2015. – №4. – С. 25-49.
23. Бызов Л.Г., Петухов В.В. Власть и общество: между консолидацией и недовольством // *Российское общество и вызовы времени. Книга третья / М.К. Горшков [и др.]; под ред. Горшкова М.К., Тихоновой Н.Е.* - М.: Весь Мир, 2016. С. 109-129.
24. Бююль А., Цефель П. SPSS: искусство обработки информации. Анализ статистических данных и восстановление скрытых закономерностей. – СПб.: ДиаСофтЮп, 2005. – 608 с.
25. Васильева Г. М., Кожевникова М. Н., Кузнецов А. Л. Формирование географического образа России у иностранных учащихся на этапе довузовской подготовки // *МНКО*. – 2014. – №1 (44). – С.18-21.
26. Васильева, Г.М. Культурно-географический образ России в лингвокультурологическом аспекте: монография / Г.М. Васильева, О.В. Ротмистрова. – СПб., 2011. – 197 с.
27. Вилков А.А. Ментальное восприятие региональной власти// *Известия Саратовского университета. Серия Социология. Политология*. Выпуск 4. Т. 10. – 2010. – С. 208-220.
28. Вилков А.А., Захарова Т.И. Сакральные основания власти в политической жизни России. Саратов: Издательский центр «Наука». 2010. – 200 с.
29. Виноградова Н.С. Политико-психологический анализ образа России в англо-американских печатных СМИ (исследование 2008-2009 гг.): дис. ... канд. пол. наук: 19.00.12. – М., 2010.
30. Виноградова Н.С. Политическое восприятие России в англо-американских печатных СМИ // *Перспективы развития политической психологии: новые направления // Материалы Международной научной конференции 22-23 октября 2010 г. / Под ред. Е.Б. Шестоपाल*. – 2012. – С. 467–473.
31. Вундт В. Введение в психологию: Пер. с нем. / Предисл. Н. Самсонова. Изд. 3-е. М.: КомКнига. 2007. – 168 с.
32. Вундт В. Очерк психологии. СПб.: Ф. Павленков, 1896. – 220 с.
33. Вундт В. Проблемы психологии народов / Вильгельм Вундт. – М.: Академический Проект, 2011. - 136 с.
34. Габдрахманова Л.А. Особенности восприятия Республики Татарстан в России и за рубежом: дис. ... канд. пол. наук: 19.00.12. – М., 2011.
35. Гаджиев А.Х. Проблемы марксистской этнической психологии. Ростов на/Д: Изд-во Ростовского ун-та, 1982. – 181 с.

36. Гаджиев К.С. Американская нация: национальное самосознание и культура. М.: Наука, 1990. – 239 с.
37. Галумов Э.А. Международный имидж России: стратегия формирования / Э. А. Галумов. - М.: Известия, 2003. – 446 с.
38. Галумов Э.А. Международный имидж современной России (политологический анализ): дис. ... д-р.пол. наук: 23.00.04. – М., 2004.
39. Гельмгольц Г. О восприятиях вообще // Хрестоматия по ощущению и восприятию. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1975. – 400 с. С. 61-87.
40. География. Современная иллюстрированная энциклопедия. Под редакцией проф. А. П. Горкина. – М.: Росмэн, 2006. URL: [http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc\\_geo/7187/страна](http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_geo/7187/страна) (Дата обращения: 27. 01.2016).
41. Гибсон Дж. Экологический подход к зрительному восприятию: Пер. с англ./Общ. Ред. и вступ. ст. А.Д. Логвиненко. – М.: Прогресс, 1988. – 464 с.
42. Глебова И.И. Образы прошлого в структуре политической культуры России: дис. ... д-р. полит. наук: 23.00.02. – М., 2007.
43. Глоссарий по политической психологии. – М.: РУДН, 2003. URL: <http://vocabulary.ru/dictionary/8/word/socialnaja-persecrsija> (Дата обращения: 23.11.2015).
44. Голд Д. Психология и география. Основы поведенческой географии / Дж. Голд; Пер. с англ. – М.: Прогресс, 1990. – 302 с.
45. Головин С.Ю. Словарь практического психолога. Минск.: Харвест, 1998. URL: <http://vocabulary.ru/dictionary/25/word/vosprijatie> (Дата обращения: 26.02.2015).
46. Гравер А.А. Образ, имидж и бренд страны: понятия и направления исследования // Вестн. Том. гос. ун-та. Философия. Социология. Политология. – 2012. – №3 (19). – С.29-45.
47. Гудков Л.Н. Негативная идентичность. Статьи 1997-2002 годов. М.: Новое литературное обозрение, «ВЦИОМ-А», 2004. – 816 с.
48. Гулевич О.А. Психология межгрупповых отношений. –М.: Московский психолого-социальный институт, 2007. – 432 с.С. 276-300.
49. Гулевич О.А., Онучин А.Н. Изучение эффектов межгруппового восприятия // Вопросы психологии. – 2002. – № 3. – С. 132-145.
50. Гуреев С.В. Анализ рисунков в социологических исследованиях // СОЦИС. – 2007. – №10. – С. 132-139.
51. Джгамадзе К. Теоретико-методологические особенности изучения образа страны в массовом сознании // Вестник Кемеровского государственного университета. – 2015. – № 3. – С. 40–44.

52. Донцов А.И., Емельянова Т.П. Концепция социальных представлений в современной французской психологии // Вопросы психологии. – 1984. – № 1. – С. 147-151.
53. Дорогонько Е.Ф. Обработка и анализ социологических данных с помощью пакета SPSS // Учебно-методическое пособие. — Сургут: Издательский центр СурГУ, 2010. – 60 с.
54. Дробижева Л. М., Рыжова С. В. Гражданская и этническая идентичность и образ желаемого государства в России // Полис. Политические исследования. – 2015. – № 5. – С. 9-24.
55. Дробижева Л.М. Социальные проблемы межнациональных отношений в постсоветской России. – М.: Центр общечеловеческих ценностей, 2003. – 376 с.
56. Дробижева Л.М. Этничность в социально-политическом пространстве Российской Федерации. Опыт 20 лет. / Л.М. Дробижева. – М.: Новый хронограф, 2013. – 336 с.
57. Дробижева Л.М. Гражданская идентичность и основания консолидированности российского общества в условиях этносоциального неравенства // Социология и общество: социальное неравенство и социальная справедливость (Екатеринбург, 19-21 октября 2016 года) Материалы V Всероссийского социологического конгресса / отв. ред. В.А. Мансуров – Электрон. дан. – М.: Российское общество социологов, 2016. С. 4273-4281.
58. Дружинин В.Н. Психология: Учебник для гуманитарных вузов. 2-е изд. / Под общ. Ред. В.Н. Дружинина. – СПб.: Питер, 2009. – 656 с.
59. Думнова Э.М. Историческая обусловленность трансформации менталитета в России // Вестн. Том. гос. ун-та. – 2014. – №379. – С. 55-60.
60. Евгеньева Т.В. Национально-государственная идентичность современной российской молодежи: структурное измерение и политико-психологические особенности // Перспективы развития политической психологии: новые направления. – Издательство Московского университета Москва, 2012. – С. 199–206.
61. Евгеньева Т.В. Символика советского прошлого в конструировании образа будущего // Вестник Московского университета. Серия 12: Политические науки (ранее: Теория научного коммунизма; Социально-политические исследования). – 2016. – № 2. – С. 101–102.
62. Евгеньева Т.В. Историческая память, национальное самосознание и политическая социализация // Современная теория политической социализации как инструмент политического познания: материалы круглого стола // Вестник Московского университета. Серия 12: Политические науки (ранее: Теория научного коммунизма; Социально-политические исследования). – 2013. – № 1. – С. 118–121.



63. Евгеньева Т. В., Селезнева А. В. Советское прошлое в ценностном и образно-символическом пространстве российской идентичности // Полис. Политические исследования. – 2016. – № 3. – С. 25–39.
64. Егорова-Гантман Е.В. Игры в солдатики. Политическая психология президентов. – М.: Группа компаний «Никколо М», 2003. – 336 с.
65. Егорова-Гантман Е.В., Плешаков К.В. Политическая реклама. М.: Никколо М, 2002. – 232 с.
66. Забродкина Е.Д., Пасынкова В.В. «Трудно быть Богом»: эволюция политических образов Владимира Путина // Управленческое консультирование. – 2016. – №2 (86). – С.43-50.
67. Задорин И.В., Мальцева Д.В., Петухов В.В. Российское общество – 2020: экспертный образ будущего // Экономические стратегии. – 2016. – Т. 18. № 3 (137). – С. 32-55.
68. Задорин И.В., Шубина Л. В., Комисаров А.А., Халкина Е.В., Зайцев Д.Г. Качество и качества власти: восприятие населения // Полития: Анализ. Хроника. Прогноз. – 2005. – № 2. – С. 96-115.
69. Заковоротная М.В., Благородова Е.А. О роли языка в современных социальных трансформациях // Ценности и смыслы. – 2014. – №6 (34). – С. 5-19.
70. Замятин Д.Н. Географический образ России и постсоветские языковые идентичности // Космополис. – Весна 2008. – № 1 (20). – С. 98-105.
71. Замятин Д.Н. Гуманитарная география: пространство, воображение и взаимодействие современных гуманитарных наук // Социологическое обозрение. – 2010. – Т. 9. – № 3. – С. 26-50.
72. Замятин Д.Н. Образ страны: структура и динамика // Общественные науки и современность. – 2000. – №1. С. 107-115.
73. Замятин Д.Н. Политико-географические образы российского пространства // Вестник Евразии. – 2003. – №4. – С.34-45.
74. Замятина Н.Ю. Смысл и положение в ментально-географических пространствах // Географическое положение и территориальные структуры: памяти И.М. Маергойза. – Москва, 2012. – С. 457–478.
75. Запорожец А.В. Избранные психологические труды: в 2 т. Т. 1. Психическое развитие ребенка. – М.: Педагогика, 1986. – 316 с.
76. Затонских А.В. Влияние образов лидеров на восприятия политических партий в современной России: дис. ... канд. полит. наук: 19.00.12. – М., 2013.
77. Захаров А.В. Народные образы власти // Полис. – 1998. – №1. – С. 23-35.

78. Заяц Д.В., Колосов В.А. Геополитические образы в зеркале СМИ // Отечественные записки. – 2002. – № 6. – С. 136-212.
79. Зверев А.Л., Палитай И.С., Смулькина Н.В., Рогозарь А.И. Особенности политического восприятия в современных российских условиях // Полис. Политические исследования. – 2016. – № 3. – С. 40–54.
80. Зинченко Ю.П. Образ России в стране и за рубежом: гуманитарное измерение. Сборник материалов к Всероссийской конференции «Современный образ России: проблемы и решения» / Под общ. ред. Ю.П. Зинченко, Л.В. Матвеевой. – М., МГУ имени М.В. Ломоносова, 2008.
81. Зинченко Ю.П. Психологические основы формирования образа современной России // Современный образ России: перспективы развития. – Сборник материалов Всероссийской конференции. – Издательство МГУ Москва, 2009. – С. 44–53.
82. Зорин В. А. Модели политического лидерства российских президентов // Полис. Политические исследования. – 2010. – № 4. – С. 77-89.
83. Изард К.Э. Психология эмоций / Перев. с англ. – СПб.: Издательство «Питер», 1999. – 464 с.
84. Имидж лидера / Под ред. Е.В. Егоровой-Гантман. – М.: Об-во «Знание» Россия, 1994. – 265 с.
85. Исторические особенности восприятия российской власти / Е.Б. Шестопал, С.Ф. Ахматнурова, И.В. Богдан и др. // Историческая психология государственного управления. – 2014. – № 1. – С. 41–57.
86. Капицын В.М. Идентичности: сущность, состав, динамика (дискурс и опыт визуализации) // PolitBook. – 2014. – №1. – С. 8-32.
87. Капицын В.М. Семиотические ресурсы и политическая культура // Научный результат. Серия «Социальные и гуманитарные исследования». – 2014. №1 (1). – С.33-45.
88. Качества власти: восприятие и представления населения // «Полития». – 2011. – №4. – С. 112-135.
89. Каширина Л.В. Статусно-ролевые аспекты социально-психологических состояний социальных групп // Социология власти. – 2004. – №5. – С. 124-134.
90. Киркин А.Н. Формирование образа государства в политическом сознании россиян: особенности и тенденции: дис. ... канд. пол.наук: 23.00.02. – М., 2006.
91. Киселев И.Ю. Изменение образов государств после окончания «холодной войны» // Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова. – 2012. № 2. – С. 12-15.

92. Киселев И.Ю., Руденко Л.Д., Смирнова А.Г. Имидж и образ России в «группе восьми» (на примере саммита 2000 г. На Окинаве) // Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова. Серия гуманитарные науки. – 2008. № 5. – С. 86-93.
93. Киселев И.Ю., Смирнова А.Г. Образ государства как фактор принятия внешнеполитических решений. – Полис. Политические исследования. – 2004. – № 4. – С. 116-125.
94. Колосов В. А., Зотова М. В. Геополитическое видение мира российскими гражданами: почему Россия не Европа? // Полис. Политические исследования. – 2012. – № 5. – С. 170-186
95. Колосов В.А. Географические образы и геополитические представления: пути формирования и подходы к изучению // Вестник ДВГСГА Сер. 1. – 2008. – № 1 (1). – С. 72-91.
96. Колосов В.А. Политическая география и геополитика. Социально-экономическая география в России / под общей редакцией П.Я. Бакланова и В.Е. Шувалова. Русское географическое общество. Владивосток: Дальнаука, – 2016. – 326 с. С.87-92.
97. Кортунюв С. В. Национальная идентичность: Постижение смысла / С. В. Кортунюв. – М.: Аспект Пресс, 2009. – 589 с.
98. Кочетков В. В. Национальная и этническая идентичность в современном мире // Вестник Московского университета. Серия 18: Социология и политология. – 2012. – № 2. – С. 144–162.
99. Краткий психологический словарь. – Ростов-на-Дону: «ФЕНИКС». Л.А.Карпенко, А.В.Петровский, М. Г. Ярошевский. 1998. URL: <http://psychology.academic.ru/201> (Дата обращения: 16.06.2016).
100. Крысько В.Г. Этническая психология. М.: Академия, 2008. – 320 с.
101. Крыштановская О. В. Форматы российской власти // Полис. Политические исследования. – 2010. – № 1. – С. 27-34
102. Леонтьев А.Н. Образ мира // Избранные психологические произведения. М., 1983. С. 251-261.
103. Леонтьев А.Н. Становление психологии деятельности. Ранние работы / А. Н. Леонтьев; Под ред. А. А. Леонтьева [и др.]. – М.: Смысл, 2003. – 439 с.
104. Леонтьев Д.А. От образа к имиджу. Психосемантический брендинг // Реклама и жизнь. – 2000. –№ 1 (13). – С. 19-22.
105. Липпман У. Общественное мнение / Пер с англ. Т.В. Барчуновой; Редакторы перевода К.А. Левинсон, К.В. Петренко. – М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. – 384 с.

106. Лихи Т. История современной психологии. 3-е изд. – СПб.: Питер, 2003. – 448 с.
107. Маклаков А.Г. Общая психология: Учебник для вузов. – СПб.: Питер, 2008. – 583 с.
108. Малинова О. Ю. Символическая политика и конструирование макрополитической идентичности в постсоветской России // Полис. – 2010. – № 2. – С. 90–105.
109. Малинова О.Ю. Актуальное прошлое: Символическая политика властвующей элиты и дилеммы российской идентичности / О. Ю. Малинова. — М.: Политическая энциклопедия, 2015. – 207 с.
110. Малинова О.Ю. Образы России и "Запада" в дискурсе власти (2000-2007 гг.): попытки переопределения коллективной идентичности / О.Ю. Малинова // Образ России в мире: становление, восприятие, трансформация / Отв. ред. И.С. Семененко. - М.: ИМЭМО РАН, 2008. - С. 86-106.
111. Марр Д. Зрение. Информационный подход к изучению представления и обработки зрительных образов. Пер. с англ. - М.: Радио и связь, 1987. – 400с.
112. Маслоу Абрахам Г. Мотивация и личность. Перевод с англ. Татлыбаевой А.М. Вступительная статья Акулиной Н.Н. – СПб.: Евразия, 1999. – 478 с.
113. Матвеева Л.В. Образ России в информационном пространстве. Сборник материалов к Всероссийской конференции «Современный образ России: проблемы и решения» / Под общ. ред. Ю.П. Зинченко, Л.В. Матвеевой. – М., МГУ имени М.В. Ломоносова, 2008. С. 17-33.
114. Мелехин А.В. Теория государства и права: учеб. / А. В. Мелехин. — М.: Маркет ДС, 2007. – 640 с.
115. Мельникова О. Т. Фокус-группы в маркетинговом исследовании: методология и техники качественных исследований в социальной психологии: Учеб. Пособие для студ. психол. фак. высш. учеб. заведений. – М.: Издательский центр «Академия», 2003. – 272 с.
116. Мельникова О. Т., Ерохин Д. О. Качественные методы как инструмент изучения ценностных ориентаций // Вестник Московского университета. Серия 14: Психология. – 2012. – № 1. – С. 19–28.
117. Мельникова О. Т., Шайдуллина Ю. А. Методика психологического рисунка в качественном исследовании социальных установок // Социология: методология, методы, математическое моделирование. – 2005. – № № 21. – С. 108–127.
118. Менщикова Г.А. Язык как форма бытия национального сознания // Вестник КГПУ им. В.П. Астафьева. – 2011. – №3. – С.30-35.
119. Мещеряков Б.Г., Зинченко В.П. Большой психологический словарь. СПб.: Прайм-Евроник, 2003. – 632 с.

120. Мир глазами россиян: мифы и внешняя политика. Под ред. В.А. Колосова. ФОМ. – М., 2003. – 304 с.
121. Митин И.И. Методика комплексной культурно-географической характеристики территории: дис. ... канд. геогр. наук: 25.00.24. – М., 2007.
122. Михайлов Н.Н. Образ места // Вопросы географии. – М. – 1948. Сб. 10. – С. 193-198.
123. Московичи С. От коллективных представлений – к социальным // Вопросы социологии. – 1992. – С. 83-96.
124. Настольная книга практического психолога / Сост. С.Т. Посохова, С.Л. Соловьева. – Москва: АСТ; Санкт-Петербург: Хранитель: Сова, 2008. – 671 с.
125. Немов Р.С. Психология: Учеб. для студ. высш. пед. учеб. заведений: В 3 кн. – 4-е изд. – М.: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 2003. – 688 с.
126. Нестерова С.В. Визуальные и вербальные характеристики образов власти// Политическая психология: Хрестоматия/ Сост. Е.Б. Шестопап. 3-е изд., испр. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2007. – С. 401-412.
127. Нестерова С.В. Визуальные и вербальные характеристики образов власти// Политическая психология: Хрестоматия/ сост. Е.Б. Шестопап. – 3-е изд., исп. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2011. – С. 401-412.
128. Новикова А., Бруснев М. Путин: Сбитый Турцией российский самолет – это удар в спину. URL: <http://www.kp.ru/daily/26461/3332258/> (Дата обращения: 9.04.2016).
129. Образ России во временной перспективе: монография (Текст) / Под ред. С.А. Гончарова. – СПб., Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 2012. – 347 с.
130. Образы российской власти: от Ельцина до Путина / Под ред. Е.Б. Шестопап. – М.: РОССПЭН, 2009. – 416 с.
131. Общая психология: в 7 т.: учебник для студ. высш. учеб.заведений / под ред. Б.С. Братуся. Т. 2: Ощущение и восприятие / А. Н. Гусев. – М.: Издательский центр «Академия», 2007. – 416 с.
132. Общая психология: тексты в 3 т. / отв. ред. В.В. Петухов. - 2. изд., испр. и доп. - Москва: Психология : Генезис, 2001. Т. 1: Введение / Ред.-сост. Ю.Б. Дормашев, С.А. Капустин. – 2001. – 607 с.
133. Общественное мнение – 2015. М.: Левада-Центр, 2016. – 308 с.
134. Оксфордский толковый словарь по психологии / Под ред. А.Ребера, 2002. URL: <http://vocabulary.ru/dictionary/487/word/socialnoe-poznanie> (Дата обращения: 29.11.2015).
135. Ольшанский Д.В. Основы политической психологии. – Екатеринбург: Деловая книга, 2001. – 496 с.

136. Панков В.В. История как образ и память // Вестник ОГУ. – 2006. – №9. – С.100-105.
137. Петренко В.Ф. Основы психосемантики. – 2-е изд., доп. – СПб.: Питер, 2005. – 480 с.
138. Петренко В. Ф., Митина О. В. Психосемантический анализ политического менталитета общества // Вестник СПбГУ сер.16. – 2015. – № 3. – С. 27–40.
139. Петренко В. Ф., Митина О. В., Менчук Т. И. Сказочный семантический дифференциал // Вопросы психологии. – 2016. – № 4. – С. 148–161.
140. Петухов В.В. Политические и социальные перемены в стране и их восприятие средним классом // Средний класс в современной России. Опыт многолетних исследований / Под ред. М.К.Горшкова и Н.Е. Тихоновой. М.: Весь Мир, 2016. С. 288-309.
141. Пиаже Ж. Избранные психологические труды. М.: Просвещение, 1969. – 659 с.
142. Пиаже Ж. Психология интеллекта / Жан Пиаже. – М. [и др.]: Питер, 2003. – 191 с.
143. Пивоваров Ю.С. Русская политика в ее историческом и культурном отношении. –М.: «Российская политическая энциклопедия» (РОССПЭН), 2006. – 168 с.
144. Пищева Т. Н. Образы политиков в контексте региональной идентичности // Вестник Московского университета. Серия 12: Политические науки (ранее: Теория научного коммунизма; Социально-политические исследования). – 2005. – № 4.
145. Пищева Т.Н. Образ России в стране и в мире: научные исследования в современной политической психологии // От истоков к современности. – 2015. – С. 451–453.
146. Пищева Т.Н. Политические образы: проблемы исследования и интерпретации // Полис. Политические исследования. – 2011. – № 2. С. 47-52.
147. Пищева Т.Н., Виноградова Н.С., Недова А.Д. Образ России под углом зрения политических коммуникаций // Полис. Политические исследования. – 2010. – № 4. – С. 107-121.
148. Подвойская Н.Л. Концепт политического менталитета в американской политологии второй половины XX века: дис. ... канд. пол.наук: 23.00.01. – М., 2009.
149. Политическая социология. Учебно-методический комплекс / под ред. Т.В. Евгеньевой. – М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2013. – 518 с.
150. Политология: учеб. / А.Ю. Мельвиль и др.; М.: Московский государственный институт международных отношений (Университет) МИД России, ТК Велби, ИЗД-во Проспект, 2004. – 624 с.
151. Поршнев Б.Ф. Принципы социально-этнической психологии. – М.: Просвещение, 1964. – 223 с.

152. Преснякова Л. А. Структура личностного восприятия политической власти // Полис. Политические исследования. – 2000. – № 4. – С. 135-140.
153. Психологическая наука в России XX столетия: проблемы теории и истории. Под ред. А.В. Брушлинского. – М.: Издательство «Институт психологии РАН», 1997. – 597 с.
154. Психология политического восприятия в современной России / под ред. Е.Б. Шестопал. – М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2012. – 311 с.
155. Путин 3.0: общество и власть в новейшей истории России: Монография / под ред. Е.Б. Шестопал. – М.: АРГАМАК-МЕДИА, 2015. – 420 с.
156. Пушкарева Г. В. Когнитивные механизмы конструирования политической реальности // Полис. Политические исследования. – 2015. – № 1. – С. 55-70.
157. Пушкарева Г.В. Homo politicus: политическая реальность и политический дискурс // Общественные науки и современность. – 2013. – № 5. – С. 90–100.
158. Пфетцер С.А. Теоретико-методологические основания анализа проблемы политического участия // Вестник КемГУ. – 2013. – №4 (56). – С.103-110.
159. Ракитянский Н.М. Психологическое портретирование в политологической практике / Учебное пособие. – М.: «Интерпресс», 2008. – 178 с.
160. Ракитянский Н. М. Категории сознания и менталитета в контексте феномена политической полиментальности // Стратегическая стабильность. – 2012. – № 3. – С.29-40.
161. Ракитянский Н. М., Колесниченко Ю. В. Философско-психологическое измерение проблемы портретирования личности политика // Конфликтология. – 2015. – № 2(3). – С. 218–233.
162. Розов Н.С. Колея и перевал: макросоциологические основания стратегий России в XXI веке/ Н.С. Розов. – М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2011. – 735 с.
163. Розов Н.С. Российский менталитет: наиболее конструктивные концепции и их критика // Мир России. Социология. Этнология. – 2011. – №2. – С.100-112.
164. Романович Н. А. Образ власти как отражение российской политической культуры // Вестник ВГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2010. – №1. – С.169-172.
165. Романович Н.А. Восприятие власти в России: релевантность отношения к власти социокультурным аспектам // Учен. зап. Казан. ун-та. Сер. Гуманит. науки. – 2005. – №1. – С. 32-53.
166. Романович Н.А. К вопросу о персонификации власти в России // Власть. – 2009. – №9. – С.13-16.

167. Романович Н.А. Отношение к власти: тенденции и противоречия // Власть. – 2016. – №3. – С.76-83.
168. Романович Н.А. Формирование и воспроизводство образа власти в российском обществе: монография. – Воронеж: Воронежский государственный университет, 2009. – 400 с.
169. Российское общество и вызовы времени. Книга вторая / М.К. Горшков [и др.]; отв. ред. Горшков М.К., Петухов В.В. – Москва: Издательство Весь Мир, 2015. 432 с.
170. Российское общество и вызовы времени. Книга первая / М.К. Горшков [и др.]; под ред. Горшкова М.К., Петухова В.В.; Институт социологии РАН. – М.: Издательство «Весь Мир», 2015. – 336 с.
171. Российское общество и вызовы времени. Книга третья / М.К. Горшков [и др.]; под ред. Горшкова М.К., Тихоновой Н.Е. М.: Весь Мир, 2016 г. – 424 с.
172. Российское общество и вызовы времени. Книга четвертая / М.К. Горшков [и др.]; под ред. Горшкова М.К., Петухова В.В. М.: Весь Мир, 2016 г. – 400 с.
173. Рубинштейн С.Л. Бытие и сознание. Человек и мир / С.Л. Рубинштейн. – СПб.: Питер, 2003. – 512 с.
174. Рубинштейн С.Л. Основы общей психологии. – СПб.: Питер, 2009. – 713 с.
175. Русецкая В. И. Особенности социокультурной идентичности белорусов // Социологический альманах. – 2014. – №5. – С. 260-267.
176. Рыжова С. В. О ценностных характеристиках современной русской этнической идентичности // Власть. – 2016. – № 9. – С. 163-172.
177. Савельева И.М., Полетаев А.В. Знание о прошлом: теория и история. В 2-х тт. Т. 2: Образы прошлого. М.: Наука, 2006. – 749 с.
178. Савельева И.М., Полетаев А.В. Теория исторического знания: Учеб. Пособие. – СПб.: Изд-во «Алетейя. Историческая книга», 2007. – 523 с.
179. Самсонова Т.Н. Становление гражданина-патриота // ВОПРОСЫ СОЦИАЛЬНОЙ ТЕОРИИ: Научный альманах. 2013–2014. Т. VII. Человек как субъект конструирования / под ред. Ю.М. Резника и М.В. Тлостановой. – 2015. – Т. 7. – С. 231–239.
180. Селезнева А.В. Политические представления и ценности россиян / А.В. Селезнева. – М.: Издательство Московского университета, 2012. – 224 с.
181. Селезнева А. В. Методология исследования политических представлений и ценностей. Вестник Московского университета // Вестник Московского университета. Серия 12: Политические науки (ранее: Теория научного коммунизма; Социально-политические исследования). – 2011. – № 2. – С. 42–53.



182. Селезнева А. В. Политико-психологический подход к исследованию политических ценностей // Вестник Томского государственного университета. – 2011. – № 345. – С. 56–60.
183. Селезнева А. В. Политические ценности в современном российском массовом сознании: психологический анализ // Человек. Сообщество. Управление. – 2014. – № 2. – С. 6–18.
184. Селезнева А. В. Система политических ценностей в процессе восприятия власти в современной России // Полис. Политические исследования. – 2012. – № 1. – С. 153–154.
185. Селезнева А. В. Ценностные детерминанты образа России в сознании россиян // Международные отношения. – 2015. – № 3. – С. 341–347.
186. Семененко И. С. Культурные факторы и механизмы формирования российской национально-цивилизационной идентичности на рубеже XXI в. // Полис. Политические исследования. – 2004. – № 1. – С. 101-114.
187. Семененко И. С. Образы и имиджи в дискурсе национальной идентичности // Полис. Политические исследования. – 2008. – № 5. – С. 7-18.
188. Семененко И.С. Идентичность в предметном поле политической науки // Идентичность как предмет политического анализа. Сборник статей по итогам Всероссийской научно-теоретической конференции (ИМЭМО РАН, 21-22 октября 2010 г.). М., ИМЭМО РАН, 2011. – 299 с. С. 8-13.
189. Семененко И.С. Политика идентичности и политическая идентичность / И.С. Семененко // Политическая экспертиза: ПОЛИТЭК. – 2011. – Т. 7. – № 2. – С. 5-24.
190. Семёнов В.Е. Полиментальная специфика России и российская политика // Вестник политической психологии. – 2001. – № 1. – С.20-23.
191. Семенов В.Е. Российская полиментальность и будущее страны. Доклад на конференции сообщества «ДелоРус» «Пути собирания Русского Мира». URL: <http://rusk.ru/st.php?idar=155553> (Дата обращения: 25.03.2016)
192. Семенов В.Е. Социокультурная поляризация и общественное согласие в контексте концепции российской полиментальности // Труды СПб ГУКИ. – 2015. – Т. 206. – С.92-100.
193. Семенов-Тянь-Шанский В.П. Район и страна. – М.; – Л.: Госиздат, 1928. – 285 с.
194. Слободчиков В.И., Исаев Е.И. Основы психологической антропологии. Психология человека: Введение в психологию субъективности. – М.: Школа-Пресс, 1995. – 384 с.
195. Смирнова А.Г. Механизмы конструирования угрозы в межгосударственных отношениях: дис. ... д-р. соц. наук: 22.00.05. – СПб, 2013.

196. Смулькина Н.В. Особенности восприятия российских политических лидеров в ходе президентской избирательной кампании: дис. ... канд. полит. наук: 19.00.12. – М., 2014.
197. Смулькина Н. В. Образ электорально привлекательного политика: идеальное в реальном // Сборник материалов всероссийской научной конференции "Власть, бизнес, гражданское общество в условиях модернизации России: институты, стратегии и практики политического сотрудничества". – РИЦ МГГУ им. М.А. Шолохова Москва, 2013. – С. 226-227.
198. Современная элита России: политико-психологический анализ / А. В. Селезнева, Е. Б. Шестопал, Н. М. Ракитянский и др. – АРГАМАК-МЕДИА Москва, 2015. – 448 с.
199. Солдатова Г.У. Психология межэтнической напряженности. – М.: Смысл, 1998. – 386 с.
200. Соловых О.В. О теоретических аспектах самоактуализации личности // Вестник ОГУ. – 2011. – №6 (125). – С. 25-31.
201. Социальная психология. Учебное пособие для ВУЗов. Мокшанцев Р.И., Мокшанцева А.В. М., Новосибирск: Инфра-М, 2001. – 408 с.
202. Суллаева Н. А. Политический дискурс: философско-политологический анализ // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2013. – №1. – С.160-165.
203. Тишков В. А. Реквием по этносу: исследования по социально-культурной антропологии. – М.: Наука, 2003. – 544 с.
204. Тишков В.А. Российский народ: история и смысл национального самосознания / В.А. Тишков; Институт этнологии и антропологии им. Н.Н. Миклухо-Маклая РАН. – М.: Наука, 2013. – 649 с.
205. Тульчинский Г.Л., Эпштейн М.Н. и др. Проективный философский словарь. –СПб.: Международная Кафедра (ЮНЕСКО) по философии и этике СПб Научного Центра РАН, 2002. – 297 с. URL: <http://hpsy.ru/%20public/%20x3019.htm> (Дата обращения: 27.03.2016).
206. Узнадзе Д.Н. Общая психология Пер. с грузинского Е.Ш. Чомахидзе; Под ред. И.В. Имерадзе. – М.: Смысл; СПб.: Питер, 2004. – 413 с.
207. Узнадзе Д.Н. Психология установки. – СПб.: Питер, 2001. – 416 с.
208. Федотов А. С. Факторы формирования российской политической культуры // Сборники конференций НИЦ Социосфера. – 2011. – №25. – С.39-43.
209. Федякин А.В. Политика формирования позитивного образа государства: региональное измерение. Монография. – М.: МИИТ, 2010. – 320 с.
210. Федякин А.В. Политика формирования позитивного образа российского государства: дис. ... д-р. полит. наук: 23.00.02. – М., 2010.

211. Фестингер Л. Введение в теорию диссонанса // Современная зарубежная социальная психология. Тексты. М., 1984. С. 97-111.
212. Холодная М.А. Когнитивные стили. О природе индивидуального ума. 2-е изд. – СПб.: Питер, 2004. – 384 с.
213. Хотинец В.Ю. О содержании и соотношении понятий этническая самоидентификация и этническое самосознание // СОЦИС. – 1999. – № 9. – С. 67-74.
214. Хотинец В.Ю. Этническое самосознание. СПб.: Алетейя, 2000. – 240 с.
215. Цуладзе А.М. Формирование имиджа политического лидера в условиях становления новой политической системы в России: дис. ... канд. полит. наук: 23.00.03. – М., 1997.
216. Чугров С. В. Российская политика сквозь призму социологических замеров // Полис. Политические исследования. – 2016. – № 5. – С. 183-191.
217. Шестопал Е.Б., Губченко В.А., Джамалудинов Ш.З., Джгамадзе К.Б., Тумысов И.А. Образы Евросоюза в России: проблемы восприятия // Полис. Политические исследования. – 2016. – № 3. – С. 12–24.
218. Шестопал Е.Б. Образ и имидж в политическом восприятии: актуальные проблемы исследования // Образы государств, наций и лидеров/ под ред. Е.Б. Шестопал. – М.: Аспект Пресс, 2008. – С. 12-13.
219. Шестопал Е.Б. Политическая психология: Учебник для студентов вузов / Е.Б. Шестопал. – 2-е изд., перераб. И доп. – М., 2007. – 427 с.
220. Шестопал Е. Б. Основные тренды общественного сознания // Независимая газета - политика. – 2015. – № 258 (6589). – С. 10–10.
221. Шестопал Е. Восприятие В.В. Путина российскими гражданами: 15 лет пребывания во власти // Полис. Политические исследования. – 2015. – № 6. – С. 68–80.
222. Шестопал Е.Б. Сдвиги в восприятии власти российскими гражданами в 2010-х гг. // Человек. Сообщество. Управление. – 2014. – № 1. – С. 52–64.
223. Шиффман Х.Р. Ощущение и восприятие. 5-е изд. – СПб.: Питер, 2003. – 928 с.
224. Щербинина Н.Г. Теории политического лидерства. Учебное пособие. – Москва. Издательство «Весь мир», 2004. – 184 с.
225. Щербинина Н.Г. Цветовая классификация политических лидеров России, или Лидер белый, красный и черный // Полис. Политические исследования. – 2000. – № 4. – С. 94-104.
226. Яницкий М.С. Ценностное измерение массового сознания / М.С. Яницкий; Мин-во обр. и науки РФ, Кем. гос. ун-т. – Новосибирск: Издательство СО РАН, 2012. – 237 с.
227. Яницкий М.С. Ценностные ориентации личности как динамическая система / М.С. Яницкий. – Кемерово: Кузбассуиздат, 2000. – 203 с.

228. Яницкий М.С., Серый А.В. Основные методологические подходы к изучению ценностно-смысловой сферы личности // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. – 2012. – №19-1. – С. 82-97.
229. Allport F.H. Theories of Perception and the concept of structure. N.Y., Willey, 1955.
230. Anholt S. What is a Nation Brand? URL: [https://docviewer.yandex.ru/?url=http%3A%2F%2Fwww.superbrands.com%2Fturkeysb%2Ftrcopy%2Ffiles%2FAnholt\\_3939.pdf&name=Anholt\\_3939.pdf&lang=en&c=5834491062e7](https://docviewer.yandex.ru/?url=http%3A%2F%2Fwww.superbrands.com%2Fturkeysb%2Ftrcopy%2Ffiles%2FAnholt_3939.pdf&name=Anholt_3939.pdf&lang=en&c=5834491062e7) (Дата обращения: 22.11.2016).
231. Asch S. E. Forming Impression of Personality//Journal of Abnormal and Social Psychology. V. 41. 1946.
232. Asch S. Social psychology. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1952.
233. Bodenhausen G.V., Morales J.R. Social cognition and perception. In I. Weiner (Ed.), Handbook of psychology. Hoboken, NJ: Wiley. 2nd ed., 2013. Vol. 5, pp. 225-246.
234. Boulding K. National Images and International Systems // Journal of Conflict Resolution. 1959. N.3. pp. 120-131.
235. Brothers L. The social brain: project for integrating primate behavior and neurophysiology in a new domain. - L.: Naves Press, 1990. pp. 27-28.
236. Bruner J., Postman L. On the perception of incongruity: A paradigm. Journal of Personality, 1949. 18, 206–223.
237. Bruner J., Postman L. Perception Cognition and Behavior // Journal of Personality. Volume 18. Issue 1. P. 14–31, September 1949.
238. Bruner J., Tagiuri R. The perception of people, in: Lindzey G. (Ed.), Handbook of Social Psychology. — L., 1959. V. 2.
239. Bruner, Jerome S. On perceptual readiness. Psychological Review, (64). 1957. p. 123-152.
240. Bruner, Jerome S., Goodman, Cecile C. Value and need as organizing factors in perception. The Journal of Abnormal and Social Psychology, Vol 42(1), Jan 1947, 33-44.
241. Buhmann A. Measuring Country Image: Theory, Method, and Effects // Springer VS. – Oslo, 2015.
242. Candidates and Their Images/ ed. by Dan D. Nimmo, Robert L. Savage. – Pacific Palisades, California: Goodyear Publishing Company, 1976. – 250 p.
243. Christ'l de Landtsheer, Philippe de Vries Branding the Image of a Fox: The Psychological Profile of EU President Herman Van Pompuy // Journal of Political Marketing, 0:1–23, 2015.
244. Cottam R. Foreign policy motivation: general theory and a case study. Pittsburgh: Pittsburgh University Press. 1977.

245. De Vos G.L., Romanucci-Ross L. (Eds.). *Ethnic Identity: Cultural continuities and change*. Palo Alto, CA: Mayfield. 1975.
246. Fan, Y., *Branding the Nation: What is Being Branded?* // *Journal of Vacation Marketing*, Volume 12, Issue 5, 2006, pp. 5-14.
247. Festinger L. *Cognitive dissonance*. *Scientific American*, 1962. 207(4), 93–107.
248. Fiske S. *Social cognition and social perception*. *Annual Review of Psychology*, 1993. V. 44. pp. 155–194.
249. Fiske S., Dupree C., Nicolas G., & Swencionis J. *Status, power, and intergroup relations: The personal is the societal*. *Current Opinion in Psychology*, 11, 44-48. 2016.
250. Fiske S., Neuberg, S. *A continuum of impression formation from category based to individuating processes: Influences of information and motivation on attention and interpretation*//*Advances in experimental social psychology/* Ed. by M.P. Zanna. – New York: Academic Press, 1990. – Vol. 23. – P. 1-74.
251. Garingalao N. *Branding the National Interest*. URL: <https://docviewer.yandex.ru/?url=http%3A%2F%2Fwww.culturaldiplomacy.org%2Facademy%2Fcontent%2Fpdf%2Fparticipant-papers%2F2011-symposiumusa%2FBranding-the-National-Interest--Nicole-Garingalao.pdf&name=Branding-the-National-Interest--Nicole-Garingalao.pdf&lang=en&c=58345583888b> (Дата обращения: 22.11.2015).
252. Gibson J. *The Ecological Approach to Visual Perception*. Boston: Houghton Mifflin, 1979.
253. Granberg D. *An Anomaly in Political Perception*// *The Public Opinion Quarterly*. - Vol. 49, No. 4 (Winter, 1985), pp. 504-516.
254. Granberg D. *Political Perception*// *Explorations in Political Psychology/* Shanto Iyengar, William J. McGuire, editors. – Duke University Press, 1995. – P. 70-112.
255. Greenstein F. *Can Personality and Politics Be Studied Systematically*// *Political Psychology: Key Readings/* ed. by John T. Jost and James Sidanius. – New York: Taylor & Francis Books, 2004. p. 115.
256. Greenstein F. *Presidents and the dissolution of the Union: Leadership style from Polk to Lincoln*. Princeton, NJ: Princeton University Press, 2013.
257. Greenstein F. *The impact of personality on politics: an attempt to clear the underbrush* // *The American political science review*, 61 (3), 1967, 629–641.
258. Gregory R. *Concepts and mechanisms of perception*. New York: Scribner's, 1974.
259. Gregory R. *Even Odder Perceptions*. Routledge, 1994.
260. Harvey O.J. *System structure, flexibility and creativity*// *Experience structure and adoptability* / Ed. by O.J. Harvey. — N. Y.: Springer Publ. Company, Inc., 1966.

261. Harvey O.J., Hunt D. E., Schroder H. M. Conceptual system and personality organization. - N. Y.: John Wiley, Inc., 1961.
262. Heider F. Social perception and phenomenal causality. *Psychological Review*, 1944. 51, 358 – 374.
263. Heider F. *The psychology of interpersonal relations*. New York: John Wiley & Sons, 1958.
264. Heider F. *The psychology of interpersonal relations*. New York: Wiley, 1958.
265. Hermann Margaret G. *The Psychological Assessment of Political Leaders*. Michigan: The University of Michigan Press, 2005. p. 178.
266. Herrmann R.K. *Image Theory and Strategic Interaction in International Relations* // *Oxford Handbook of Political Psychology* / Ed. by D.O. Sears, L. Huddy, R. Jervis. Oxford, 2003. pp. 285-314.
267. Hochberg J. In the mind's eye. In R.N. Haber (Ed.), *Contemporary theory and research in visual perception*. New York: Holt, Rinehart & Winston, 1968.
268. Hochberg J. *Perception*. Englewood Cliffs, Nj: Prentice Hall, 1964.
269. Hummell J.E., Biederman I. Dynamic binding in a neural network for shape recognition // *Psychol. Rev.*, 1992. V. 32.
270. Inglehart R., Basanez M., Diez-Medrano J.... *Human Beliefs and Values: A Cross-Cultural Sourcebook based on the 1999-2002 values Surveys.*, Mexico City: Siglo XXI, 2004.
271. Isen A.M. *Positive affect, cognitive processes and social behavior*. - N.Y.: Academic press, 1987. - pp. 203-253.
272. Jackson J. W How variations in social structure affect different types in intergroup bias and different dimensions of social identity in a multi-intergroup setting II *Group Processes and Intergroup Relation*. 1999. V. 2. P. 145-173.
273. Jones E. E., Thibaut, J. W. Interaction goals as bases of inference in interpersonal perception. In R. Tagiuri & L. Petrullo (Eds.), *Person perception and interpersonal behavior*. Stanford: Stanford University Press, 1958.
274. Jones L. E. Construal of social environments: Multidimensional models of interpersonal perception and attraction. In N. Hirschberg & L. G. Humphreys (Eds.), *Multivariate applications in the social sciences*. Hillsdale NJ: Erlbaum, 1982.
275. Jones L. E., Young F. W. Structure of a social environment: Longitudinal individual differences scaling of an intact group. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1972, pp. 108-121.
276. Kaes R. *Images de la culture chez les ouvriers francais*. P., 1968.
277. Kahneman D. *Attention and effort*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall., 1973.

278. Krech D., Crutchfield R., Ballashey E. Individual in Society. A Textbook of Social Psychology. N.Y., 1962.
279. Kristensen N. Perceptions of Power and Democracy: Analytical and Methodological Dilemmas of the Construction of Images// Qualitative Studies. – 2010. – Vol. 1, No. 1. – P. 21-27.
280. Landman J., Manis M. Social cognition: some historical and theoretical perspectives // Advances in experimental social psychology. - N.Y.: Academic, 1983. Vol. 16. pp. 51-57.
281. Lawrence E. Jones Multidimensional models of social perception, cognition, and behavior. Psychological measurement. Vol. 7, No. 4, Fall 1983, pp. 451-472.
282. Marr D. Vision: A Computational Investigation into the Human Representation and Processing of Visual Information. New York: Freeman, 1982.
283. McCrae, R. R., & Costa, P. T., Jr. The five-factor theory of personality. In O. P. John, R. W. Robins, & L. A. Pervin (Eds.), Handbook of personality theory and research (3rd Ed., pp. 114–158). New York: Guilford. 2008.
284. Mischel W. Toward a cognitive social learning reconceptualization of personality. Psychological Review, 1973, 80, pp. 252-283.
285. Moscovici S. La psychoanalyse, son image et son public. P., 1976. 506 p.
286. Moscovici S. Notes towards a description of social representations // European Journal of Social Psychology. Chichester, 1988. Vol. 18, № 3. P.230.
287. Moscovici S. The Phenomenon of Social Representations // Farr R., Moscovici S. (eds). Social Representations. Cambridge-Paris, 1984.
288. Neisser U. Cognition and reality: Principles and implications of cognitive psychology. New York: Freeman. 1976.
289. Neisser U. The Perceived self: Ecological and interpersonal sources of self-knowledge. Cambridge England: Cambridge University Press, 1993.
290. Newcomb T. Social Psychology. Hinsdale, IL.: Dryden Press, 1950.
291. Newcomb T. An Approach to the Study of Communicative Acts//Psychological Review. V. 60. 1953.
292. Nosal Ch. Psychologiczne modele umyslu. — Warszawa: Panstwowe Wydawnictwo Naukowe, 1990.
293. Osgood C. Psycholinguistics, Cross-Cultural Universals, and Prospects for Mankind. Praeger Publishers, 1988.
294. Osgood C. Semantic Differential Technique in the comparative Study of cultures // American Antropology. – 1964. – V. 66.

295. Osgood C. Studies on generality of affective meaning system // Amer. Psychol. – 1962. – V.17.
296. Osgood C., Tannenbaum P. The Principle of Congruity in the Prediction of Attitude Change//Psychological Review. V. 62. 1955.
297. Phinney J. Ethnic identity in adolescents and adults: review of research // Psychological Bulletin. 1990. Vol. 108. P.449-514.
298. Prior M. More than a Thousand Words? Comparing Visual and Verbal Political Knowledge// The American Association for Public Opinion Research 58th Annual Conference. – Nashville, Tennessee, 2003.
299. Prior M. Visual Political Knowledge// Journal of Politics. – 2009. – Vol. 71, No. 3. – P. 893-908.
300. Prior M. Who watches presidential debates? Measurement problems in campaign effects research. Public Opin. Q. 76:350–63. 2012.
301. Rock I. An introduction to perception. New York: Macmillan, 1975.
302. Rock I. The logic of perception. Cambridge: MIT Press, 1983.
303. Rokeach M. The nature of human values / M. Rokeach. – NY.: The Free Press, 1973. –438 p.
304. Rosenberg S., Kahn S., and Tran T. Creating a Political Image: Shaping Appearance and Manipulating the Vote// Political Behavior. – 1991. – Vol. 13. – P. 347.
305. Rotter J. Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. Psychological Monographs, 80 (1, Whole No. 609). 1966.
306. Sherman, R. C., & Ross, L. B. Liberalism-conservatism and dimensional salience in the perception of political. Journal of Personality and Social Psychology, 1972. pp. 120-127.
307. Shikiar R. The perception of politicians and political issues: A multidimensional scaling approach. Multivariate Behavioral Research, 1974, 9. pp. 461-477.
308. Simons G. Nation branding and Russian foreign policy // Tractus aevorum. – 2015. – №2 C.204-225.
309. Smith M. Apperception // The School Review, Vol. 3, No. 9 (Nov., 1895), pp. 548-556.
310. Smith A. National identity. – (Ethnonationalism in comparative perspective). London; New York: Penguin Books, 1991.
311. Social perception: detection and interpretation of animacy, agency, and intention / edited by M. D. Rutherford and Valerie A. Kuhlmeier. Massachusetts Institute of Technology, 2013.P.8-10.
312. Stock F. Identity, Image and Brand: A Conceptual Framework // Place Branding and Public Diplomacy, Volume 5, No. 2, 2009, pp. 118-125.



313. Stone L., & Coles G. Multidimensional judgment scaling of well-known political figures. *Journal of Social Psychology*, 1972, pp. 127-137.
314. Stout G. Analytic psychology. Tom 14. Psychology Press, 2004. 328 p. PP. 110-130.
315. Tagiuri R. Petrullo, L. (Eds.). *Person Perception and interpersonal behavior*. Stanford: Stanford University Press, 1958.
316. Tajfel H. *Human groups and social categories: Studies in social psychology*. Cambridge, England: Cambridge University Press, 1981.
317. Tajfel H., Turner J.C. The social identity theory of intergroup behavior // S. Worchel, W.G. Austin (eds). *Psychology of intergroup relations*. 2nd ed. Chicago: Nelson-Hall, 1985. P. 7–24.
318. *The Oxford handbook of political psychology* / edited by Leonie Huddy, David O. Sears, and Jack S. Levy. – Second edition. 2013. P. 1008.
319. Titchener E.B. *Lectures on the elementary psychology of feeling and attention* / by Edward Bradford Titchener. – New York: Macmillan, 1908. – IX, 404 c.
320. Trowbridge G. On fundamental methods of orientation and «Imaginary maps» // *Science*, vol. 88, 1913.
321. Tucker L. & Messick S. An individual differences model for multidimensional scaling. *Psychometrika*, 1963, pp. 333-367.
322. Turner J. Towards a cognitive redefinition of the social group // H. Tajfel (ed.) *Social identity and intergroup relations*. Cambridge, England: Cambridge University Press, 1982. P. 15–40.
323. Winter D. Things I've learned about personality from studying political leaders at a distance. *Journal of Personality*. 73: 557-84; discussion 5. 2005.
324. Winter D. Tracking Obama's motives. *ISPP News*, 23 (1), 8-9.
325. Winter D. Philosopher-king or polarizing politician? A personality profile of Barack Obama. *Political Psychology*, 32, 1059-1081. 2011.
326. Zebrowitz L. *Social Perception*. Open University Press, 1990. p. 231.

## ПРИЛОЖЕНИЯ

### Приложение 1. Глубинное интервью для качественно-количественного исследования субъектного аспекта восприятия России

#### *Гайд-интервью*

Дата \_\_\_\_\_

*Здравствуйте, Кафедра социологии и психологии политики факультета политологии МГУ им. М.В. Ломоносова проводит научное исследование в рамках проекта «Образ России: в стране и в мире».*

*Перед тем, как задавать вопросы, замечу, что не существует правильных или неправильных ответов. Мы хотели бы знать только Ваше личное мнение. Ваши ответы будут использованы только в обобщенном виде.*

1. Продолжите предложение: Россия для меня это...
2. Я горжусь своей страной потому, что...
3. Мне стыдно за Россию потому, что ...
4. Какие, по вашему мнению, главные символы России?
5. Есть ли у России враги, если да, то кто?
6. К сотрудничеству с какими странами или международными объединениями должна стремиться Россия?
7. Какие качества в наибольшей степени свойственны России?  
*Покажите Карточку №1. Выставьте отметки по каждой строке: «-3» - самая негативная оценка, «0» - нейтральная, ни то, ни другое качество не выражены, «3» - самая позитивная оценка.*
8. С кем или чем у вас ассоциируется слово «власть»? Кто, по вашему мнению, обладает наибольшей властью в сегодняшней России?
9. Какими качествами должен обладать человек, способный возглавить Россию и успешно ей управлять через десять лет?
10. Как бы Вы могли оценить деятельность Президента В.В. Путина? Что вам нравится? А что не нравится?
11. Какими пределами лично для Вас ограничивается Россия? Почему?
12. Как вы полагаете, будут ли меняться в скором будущем Российские границы? Какие факторы, события и процессы будут способствовать этому? Как вы полагаете, территория России будет увеличиваться или уменьшаться?

13. Какие люди, по вашему мнению, живут в России? Какими качествами обладают? Что у них общего?

### **Рисунок образа России.**

Все рисунки выполняются цветными карандашами на листе формата А4.

#### **Инструкция:**

«Вам дается 10 минут. Нарисуйте, пожалуйста, *Россию и себя* в качестве рисунка. Не имеет значение, хорошо ли вы рисуете или нет. Все рисунки очень важны для исследования. Нас интересует визуальный образ страны. По возможности уходите от абстракций, рисуйте картинку.

Ниже картинку опишите словами то, что нарисовали, и обязательно укажите пол и возраст».

### **А ТЕПЕРЬ НЕСКОЛЬКО ВОПРОСОВ О ВАС...**

#### **1. Пол респондента:**

- 1) Мужской
- 2) Женский

#### **2. Сколько Вам полных лет? \_\_\_\_\_**

#### **3. Какое у Вас образование?**

- 1) начальное, неполное среднее
- 2) среднее общее, среднее специальное
- 3) незаконченное высшее, высшее

#### **4. В какой сфере деятельности Вы заняты?**

- 1) Политическая сфера
- 2) Сфера бизнеса, предпринимательства
- 3) Воспитательная и преподавательская сфера
- 4) Искусство и творчество
- 5) Медицина
- 6) Учащийся
- 7) Домохозяйка
- 8) Не работаю
- 9) Другое \_\_\_\_\_

#### **5. К какой национальности Вы себя относите?**

---

**6. Как бы Вы определили свою религиозную принадлежность? Соблюдаете ли Вы религиозные обряды (молитвы, походы в храм/мечеть/синагогу, соблюдение поста)?**

---

**7. Для Вас важно, что вы являетесь...**

---

**8. Пожалуйста обведите отметку по каждому ответу на вопрос «Я хочу...»:**

*Покажите Карточку №2. «-1» - хотите менее всего, «0» - нейтральное отношение, «3» - желаете более всего.*

**9. Как бы вы определили свои политические предпочтения? (1 вариант ответа).**

- либерал
  - социалист
  - анархист
  - демократ
  - радикал
  - консерватор
  - коммунист
  - аполитичный
  - другие \_\_\_\_\_
- 

**10. Для Вас важно принимать участие в политической жизни страны? Ходить на выборы, участвовать в демонстрациях, быть членом партии? Высказывать свое личное мнение по политическим вопросам? Почему?**

---

**11. Выберите, пожалуйста, пять категорий наиболее значимые для Вас? Почему именно они?**

*Покажите карточку №3.*

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_
5. \_\_\_\_\_

**12. Место проживания (регион, город, село, деревня и т.д.)**

---

**КАРТОЧКА 1**

<b>Слабая</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>сильная</b>
<b>Неблагополучная</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>благополучная</b>
<b>Закрытая</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>открытая</b>
<b>Отсталая</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>развитая</b>
<b>Тревожная</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>спокойная</b>
<b>распадающаяся</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>единая</b>
<b>Зависимая</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>независимая</b>
<b>Разобщенная</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>сплоченная</b>
<b>Опасная</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>безопасная</b>
<b>Бедная</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>богатая</b>
<b>несправедливая</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>справедливая</b>
<b>Неуважаемая</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>уважаемая</b>
<b>Враждебная</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>дружественная</b>
<b>Невлиятельная</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>влиятельная</b>
<b>Отталкивающая</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>привлекательная</b>
<b>Ненадежная</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>надежная</b>
<b>Неперспективная</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>перспективная</b>

**КАРТОЧКА 2**

<b>«Я хочу...»</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
Добиться признания и уважения	-1	0	1	2	3
Иметь теплые отношения с людьми	-1	0	1	2	3
Обеспечить себе будущее	-1	0	1	2	3
Зарабатывать на жизнь	-1	0	1	2	3
Развивать свои силы и способности	-1	0	1	2	3
Обеспечить себе материальный комфорт	-1	0	1	2	3
Повышать уровень мастерства и компетентности	-1	0	1	2	3
Избегать неприятностей	-1	0	1	2	3
Стремиться к новому и неизведанному	-1	0	1	2	3
Быть понятым другими	-1	0	1	2	3
Иметь хороших собеседников	-1	0	1	2	3
Обеспечить себе положение влияния	-1	0	1	2	3

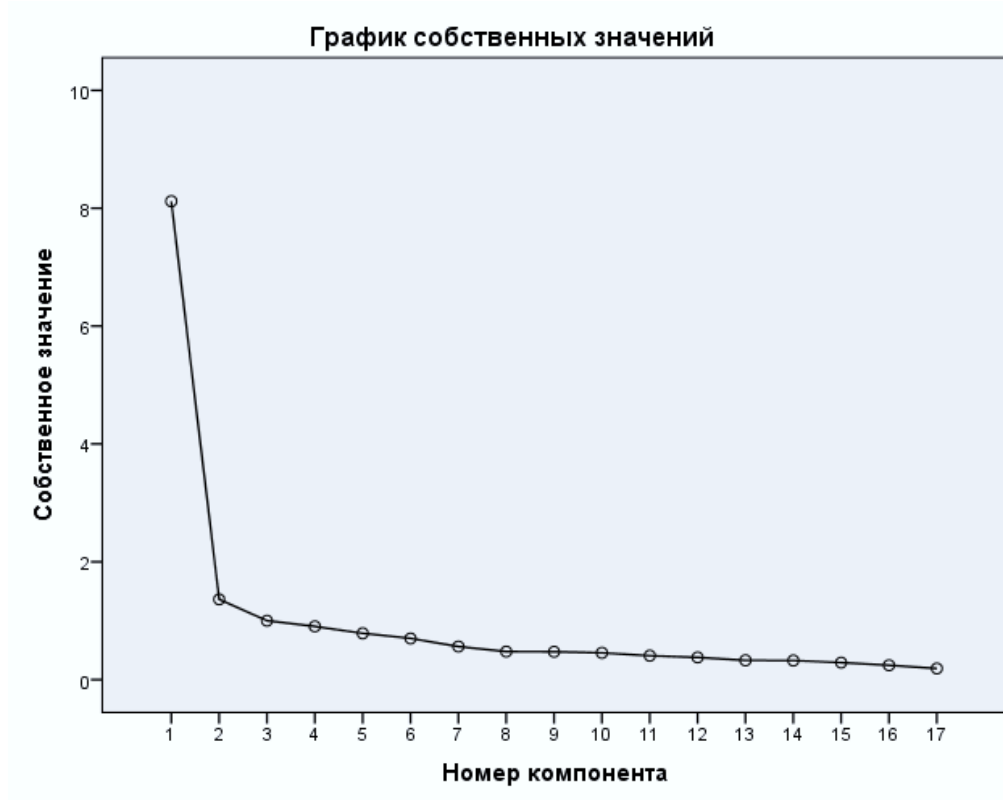
Упрочить свое положение	-1	0	1	2	3
-------------------------	----	---	---	---	---

### **КАРТОЧКА 3**

безопасность	прогресс, развитие
политический плюрализм	равенство
законность	свобода
индивидуализм	сильное государство, власть
коллективизм	интернационализм
свобода от принуждения	справедливость
национализм	стабильность
ответственность	толерантность
патриотизм	традиционность
порядок	частная собственность
права человека	эффективная экономика
отсутствие власти	свобода ассоциаций
нигилизм	«перестройка»/реформирование
самоуправление	государственная собственность

**Приложение 2. График собственных значений**

*Точечная диаграмма, определяющая количество учитываемых факторных нагрузок (показателей оценки образа страны российскими гражданами)*



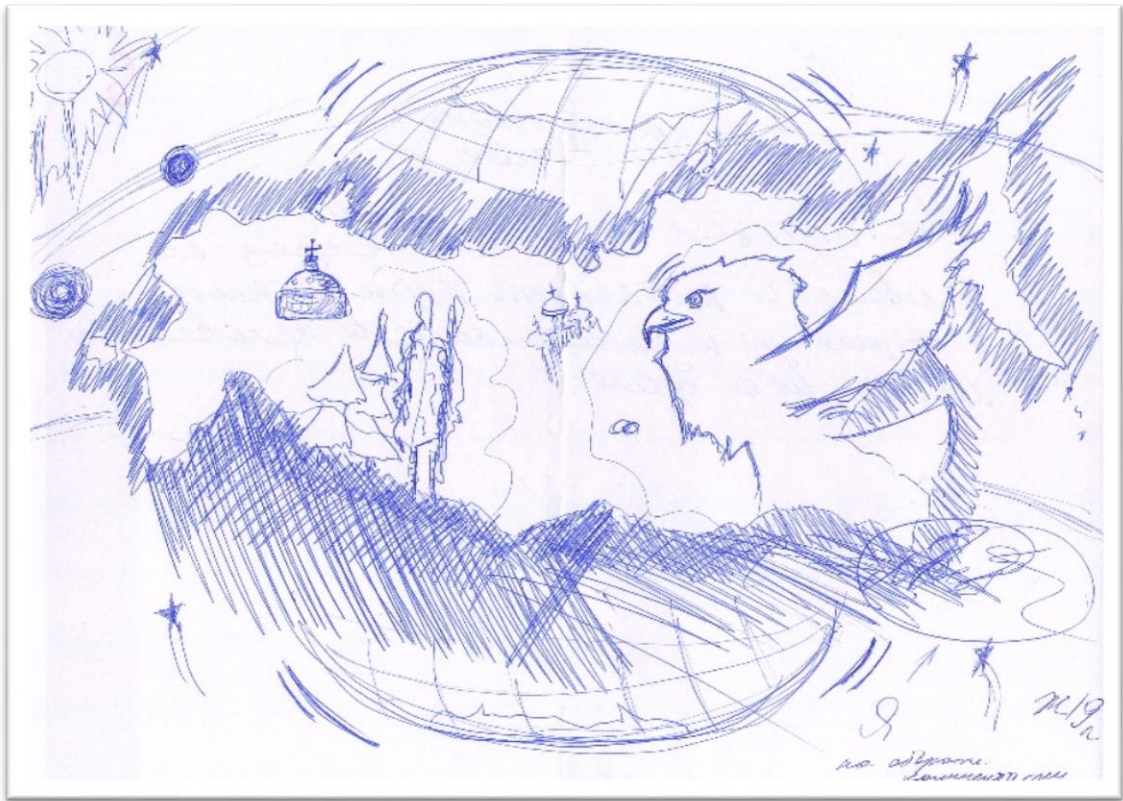
### Приложение 3. Матрица расстояний шкал

#### *Категориальная оценка интервьюированных россиян своей страны*

Категории	-3	-2	-1	0	1	2	3	Категории
	%							
Слабая	3,5	3,1	3,1	4,4	14,0	26,3	<b>45,6</b>	Сильная
Неблагополучная	3,4	8,6	11,6	12,9	<b>30,6</b>	25,4	7,3	Благополучная
Закрытая	3,0	4,8	6,5	13,0	21,7	<b>25,7</b>	25,2	Открытая
Отсталая	4,7	7,3	10,8	11,6	<b>29,3</b>	25,0	11,2	Развитая
Тревожная	7,4	10,0	14,7	14,7	<b>23,8</b>	17,3	12,1	Спокойная
Распадающаяся	3,0	2,2	3,0	14,7	19,4	25,4	<b>32,3</b>	Единая
Зависимая	5,2	5,2	4,8	6,5	14,3	24,7	<b>39,4</b>	Независимая
Разобщенная	4,7	3,4	5,2	11,6	22,0	<b>28,0</b>	25,0	Сплоченная
Опасная	3,0	9,1	12,9	15,5	<b>22,8</b>	22,0	14,7	Безопасная
Бедная	5,2	9,9	11,6	15,1	18,1	<b>20,7</b>	19,4	Богатая
Несправедливая	14,2	7,8	<b>16,8</b>	14,7	16,4	15,9	14,2	Справедливая
Неуважаемая	3,5	3,0	6,9	10,8	17,7	<b>29,4</b>	28,6	Уважаемая
Враждебная	3,0	4,8	5,2	17,3	13,0	24,7	<b>32,0</b>	Дружественная
Невлиятельная	2,6	1,3	1,3	7,8	20,4	32,2	<b>34,3</b>	Влиятельная
Отталкивающая	2,6	3,0	5,6	20,3	18,6	<b>26,8</b>	22,9	Привлекательная
Ненадежная	6,0	5,6	6,9	18,1	19,0	22,0	<b>22,4</b>	Надежная
Неперспективная	5,7	2,6	3,1	11,0	15,8	25,0	<b>36,8</b>	Перспективная



Приложение 4. Образы территории в рисунках респондентов



*«Россия – это мой родной уютный домик, в котором у меня есть свое место»*



**Приложение 5. Образы истории в рисунках респондентов**



*«Символы России: Двуглавый орел, Православный крест, медведь»*



## Приложение 6. Образы народа в рисунках респондентов



*«Мы все плывем на одном корабле»*



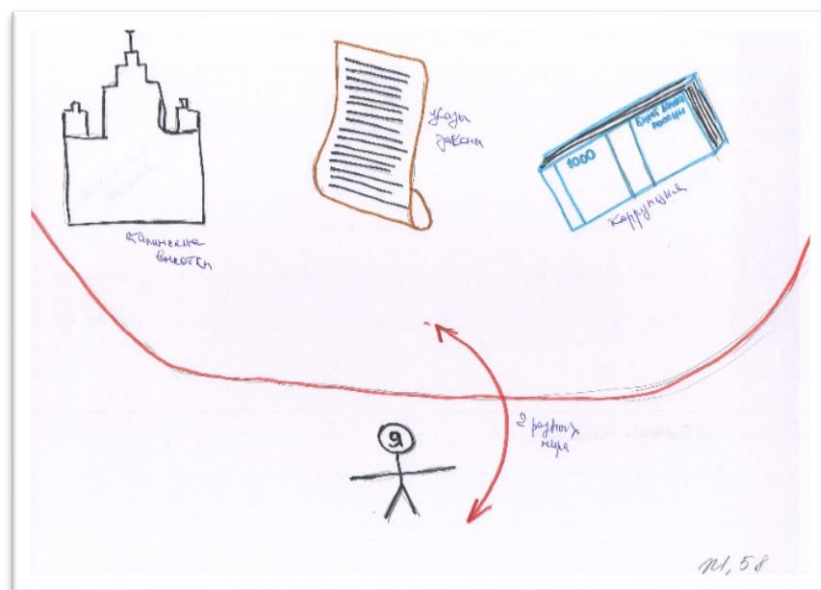


Приложение 7. Образы власти в рисунках респондентов

«Власть Кремля»

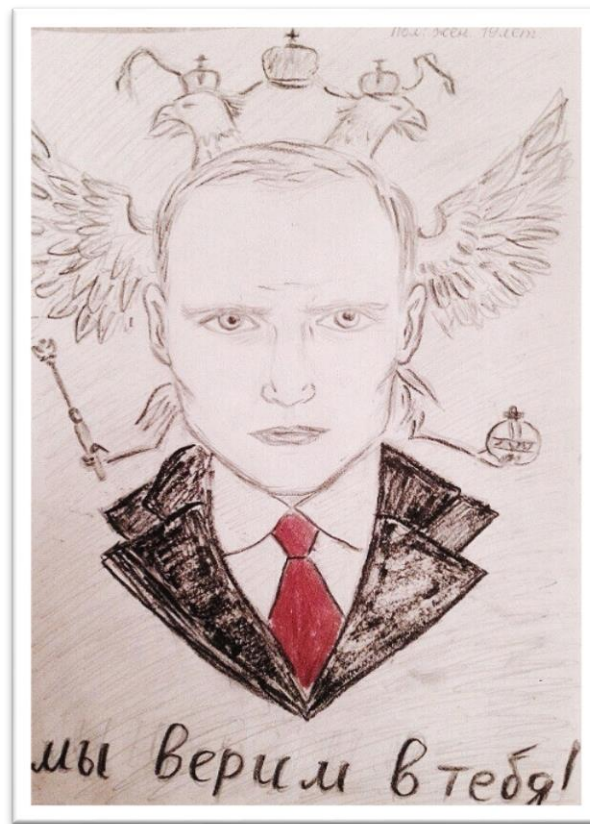


«Два разных мира: власть и я»



## Приложение 8. Образы лидера в рисунках респондентов

«Мы верим в тебя»



«Богатырь/золотая кольчуга/ручной мишка»

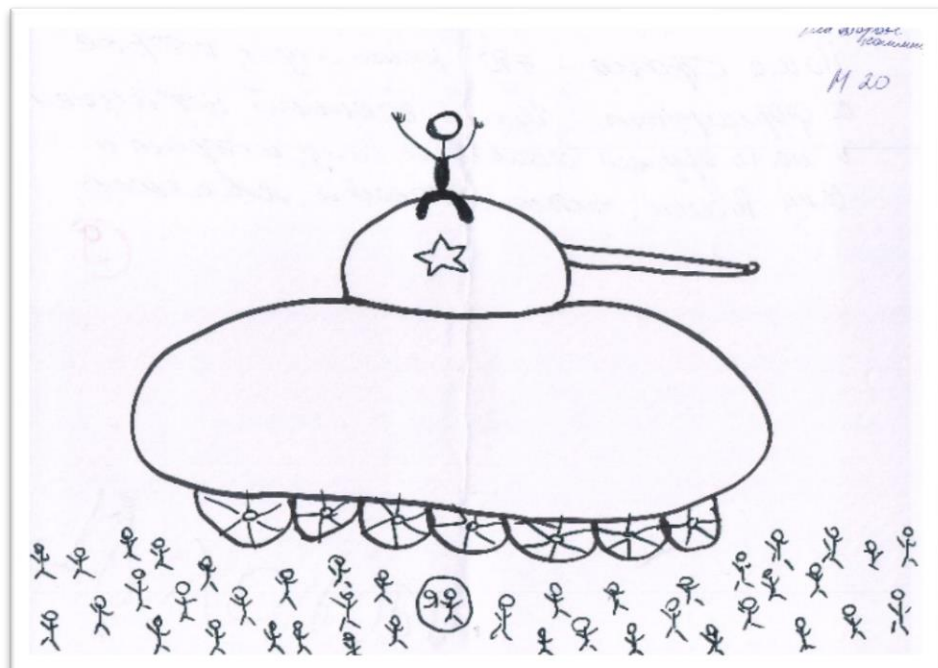


**Приложение 9. Корреляция образов страны в рисунках респондентов****Образы территории, истории и народа**

*«Россия – великая страна, защищающая свой народ»*

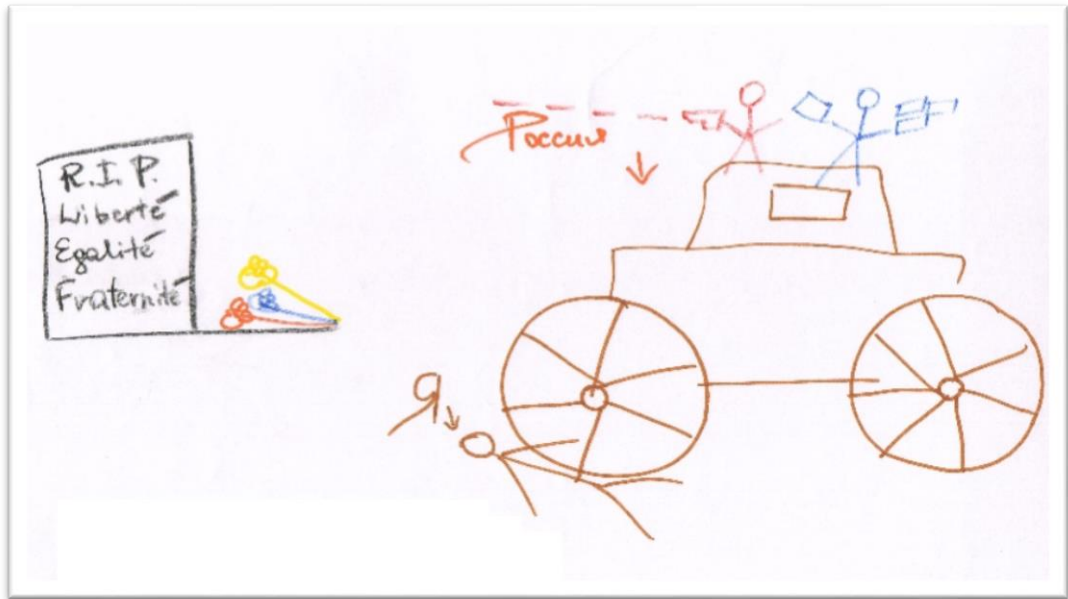
**Образы политического лидера и народа**

*«Сильный лидер ведет нас»*



**Образы народа и политической власти**

*«Госмашина, которая может раздавить любого, кто перейдет или даже просто попадет на пути»*



**Приложение 10. Частотная таблица наиболее значимых политических ценностей**

<b>Политические ценности</b>	<b>%</b>	<b>Политические ценности</b>	<b>%</b>
<b>Безопасность</b>	<b>63,1</b>	Равенство	11,6
<b>Справедливость</b>	<b>41,6</b>	Индивидуализм	9,9
<b>Законность</b>	<b>39,9</b>	Традиционность	9,9
<b>Прогресс, развитие</b>	<b>36,9</b>	Толерантность	9,4
<b>Права человека</b>	<b>33,0</b>	Политический плюрализм	7,7
<b>Свобода</b>	<b>30,5</b>	Коллективизм	6,9
<b>Стабильность</b>	<b>28,8</b>	Национализм	4,3
<b>Ответственность</b>	<b>26,2</b>	Самоуправление	2,6
<b>Сильное государство</b>	<b>25,8</b>	Государственная собственность	2,6
<b>Порядок</b>	<b>24,9</b>	Интернационализм	1,7
<b>Эффективная экономика</b>	<b>24,0</b>	«Перестройка»/реформирование	1,7
<b>Патриотизм</b>	<b>20,2</b>	Отсутствие власти	1,3
Свобода от принуждения	15,9	Свобода ассоциаций	1,3
Частная собственность	12,9	Нигилизм	0,9



**Приложение 11. Таблица сопряженности ценностей и идеологических предпочтений респондентов**

<b>Ценности/ Идеологические предпочтения (% по столбцу)</b>	<b>%</b>	<b>Либерал</b>	<b>Демократ</b>	<b>Консерватор</b>	<b>Монархист</b>	<b>Аполитичный</b>
Безопасность	63,1	54,5	67,3	80,6	40,0	61,4
Политический плюрализм	7,7	15,2	15,4	0	0	0
Законность	39,9	33,3	50,0	50,0	20,0	38,6
Индивидуализм	9,9	9,1	3,8	8,3	20,0	13,6
Коллективизм	6,9	3,0	1,9	5,6	0	6,8
Свобода от принуждения	15,9	21,2	11,5	5,6	0	25,0
Национализм	4,3	0	0	5,6	40,0	4,5
Ответственность	26,2	21,2	30,8	19,4	0	29,5
Патриотизм	20,2	9,1	21,2	41,7	60,0	11,4
Порядок	24,9	18,2	21,2	25,0	80,0	22,7
Права человека	33,0	51,5	30,8	16,7	40,0	29,5
Отсутствие власти	1,3	0	0	0	0	0
Нигилизм	0,9	0	0	0	0	0
Самоуправление	2,6	3,0	1,9	0	0	4,5
Прогресс, развитие	36,9	60,6	32,7	22,2	20,0	38,6
Равенство	11,6	3,0	11,5	11,1	0	13,6
Свобода	30,5	36,4	28,8	16,7	20,0	34,1
Сильное государство	25,8	33,3	23,1	38,9	40,0	18,2
Интернационализм	1,7	3,0	0	2,8	0	0
Справедливость	41,6	45,5	32,7	38,9	40,0	47,7
Стабильность	28,8	24,2	34,6	41,7	40,0	27,3
Толерантность	9,4	18,2	7,7	11,1	20,0	11,4
Традиционность	9,9	0	5,8	22,2	0	9,1
Частная собственность	12,9	12,0	11,5	16,7	0	20,5

Эффективная экономика	24,0	15,2	32,7	16,7	20,0	27,3
Свобода ассоциаций	1,3	0	1,9	0	0	2,3
"Перестройка"/реформирование	1,7	3,0	3,8	0	0	0
Государственная собственность	2,6	0	3,8	0	0	2,3

**Приложение 12. Таблица ценностной нагрузки идеологических предпочтений**

*Ценностное наполнение идеологических предпочтений респондентов (на основе кросс-таблицы ценности/идеологические предпочтения)*

<b>Либерал</b>	<b>Демократ</b>	<b>Консерватор</b>	<b>Монархист</b>
1. Прогресс, развитие	1. Безопасность	1. Безопасность	1. Порядок
2. Безопасность	2. Законность	2. Законность	2. Патриотизм
3. Права человека	3. Стабильность	3. Патриотизм	3. <i>Национализм</i>
4. Справедливость	4. Прогресс, развитие	4. Стабильность	4. Права человека
5. Свобода	5. Справедливость	5. Сильное государство	5. Сильное государство
6. Законность	6. Эффективная экономика	6. Справедливость	6. Справедливость
7. Сильное государство	7. Права человека	7. Порядок	7. Стабильность
8. Стабильность	8. Свобода	8. Прогресс, развитие	8. Законность
9. Свобода от принуждения	9. Сильное государство	9. Традиционность	9. Индивидуализм
10. Ответственность	10. Патриотизм	10. Ответственность	10. Прогресс, развитие

**Приложение 13. Таблица сопряженности показателя «привлекательность страны» и  
политико-психологического индикатора «политическая идентичность»**

*Влияние политической идентичности индивида на оценку образа России по показателю  
«привлекательность страны»*

<b>Показатель, Идентичность/ Шкалирование</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
<b>ПЕРСПЕКТИВНАЯ</b>	5,7	2,6	3,1	11,0	15,8	25,0	<b>36,8</b>
Идентичность слабо выражена	11,2	3,4	5,6	12,4	15,7	22,5	<b>29,2</b>
Национально-государственная идентичность	0	2,5	0	7,6	12,7	27,8	<b>49,4</b>
<b>ПРИВЛЕКАТЕЛЬНАЯ</b>	2,6	3,0	5,6	20,3	18,6	<b>26,8</b>	22,9
Идентичность слабо выражена	4,5	3,4	7,9	23,6	21,3	<b>23,6</b>	15,7
Национально-государственная идентичность	0	2,5	2,5	15,0	15,0	<b>32,5</b>	32,5
<b>НАДЕЖНАЯ</b>	6,0	5,6	6,9	18,1	19,0	22,0	<b>22,4</b>
Идентичность слабо выражена	11,1	6,7	10,0	23,3	18,9	15,6	<b>14,4</b>
Национально-государственная идентичность	0	3,8	5,0	11,3	15,0	27,5	<b>37,5</b>
<b>СПРАВЕДЛИВАЯ</b>	14,2	7,8	<b>16,8</b>	14,7	16,4	15,9	14,2
Идентичность слабо выражена	22,2	7,8	<b>22,2</b>	11,1	16,7	10,0	10,0
Национально-государственная идентичность	7,5	3,8	<b>12,5</b>	11,3	13,8	25,0	26,3
<b>БОГАТАЯ</b>	5,2	9,9	11,6	15,1	18,1	<b>20,7</b>	19,4
Идентичность слабо выражена	4,4	12,2	13,3	20,0	16,7	<b>17,8</b>	15,6
Национально-государственная идентичность	2,5	7,5	10,0	11,3	16,3	<b>25,0</b>	27,5
<b>БЛАГОПОЛУЧНАЯ</b>	3,4	8,6	11,6	12,9	<b>30,6</b>	25,4	7,3
Идентичность слабо выражена	4,4	11,1	12,2	14,4	<b>30,0</b>	22,2	5,6
Национально-государственная идентичность	1,3	6,3	10,0	10,0	<b>26,3</b>	32,5	13,8