

# ЕВРОПА КАК ЗНАЧИМЫЙ ДРУГОЙ В ФОРМИРОВАНИИ НАЦИОНАЛЬНО- ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ РОССИЙСКОЙ И АРМЯНСКОЙ МОЛОДЕЖИ<sup>1</sup>

И. В. Самаркина, А. В. Атанесян

Самаркина Ирина Владимировна, Кубанский государственный университет,  
ул. Ставропольская, 149, Краснодар, 350040, Россия.  
Эл. почта: smrkn@mail.ru. ORCID 0000-0001-8458-2447

Атанесян Артур Владимирович, Ереванский государственный университет,  
ул. Алека Манукяна, 1, Ереван, 0025, Республика Армения.  
Эл. почта: atanesyan@yandex.ru. ORCID 0000-0001-8458-2447

**Аннотация.** В статье представлены результаты компаративного исследования восприятия образа Европы российской и армянской молодежью, проведенного международным коллективом из Армении и России. Исследование проводилось с целью определить роль геополитических образов в механизмах формирования национально-государственной идентичности как части субъективного пространства политики. Изучение компонентов субъективного пространства политики строилось на основе модели социальной перцепции, учитывающей особенности восприятия политических (геополитических) объектов. Основной стратегией сбора и анализа данных стала качественная стратегия исследования, которая позволила авторам с использованием комплекса социально-психологических методик выявить содержание исследуемого образа. Компаративный подход, применяемый в исследовании, позволил выявить общее и особенное в содержании, структуре и функциях геополитического образа (образа Европы) как части субъективного пространства политики. Научная новизна полученных авторами результатов заключается в выявлении механизмов формирования и взаимодействия компонентов субъективного пространства политики (представлений о собственной стране, геополитических образов, национально-государственной идентичности). Показано, что образ Европы в политической картине мира молодежи двух стран играет роль значимого Другого — воспринимаемого в контексте ориентиров национально-государственной идентичности. Выделены объектные, субъектные и коммуникативные параметры восприятия образа Европы. Показано, что Европа в представлениях молодежи воспринимается как многоуровневое, многосоставное, когнитивно разнообразное, амбивалентное пространство, включающее социокультурные, политические, социально-экономические аспекты. Описана структура образа Европы, в которой выделяются ядро и периферия. Определено место Европы в системе других геополитических образов. Описаны дистанцирующие и интегрирующие факторы, определяющие положение Европы как Другого в системе Свой — Чужой. Выявлены особенности восприятия образа Европы и европейцев молодежью России и Армении, характеризующие различные проявления активного интереса к Европе в рамках обыденного и профессионального познания, разнообразие взглядов и отношений к Европе и европейцам, а также сходства и различия во взглядах и оценках молодых людей в Ереване и Краснодаре в отношении исследованных феноменов. Показано, что образ Европы в обеих странах выполняет важную для формирования национально-государственной идентичности функцию *Значимого Другого*. Выявлены доминирующие в среде молодежи позитивные или нейтрально-позитивные установки по отношению к Европе, показаны особенности отношения молодых россиян к Европе. Описаны выявленные модели восприятия Европы молодежью обеих стран (Мы – Европа; Мы — еще не Европа; Мы — уникальное культурное пространство), а также особенности их содержательного наполнения.

<sup>1</sup> Работа выполнена в рамках проекта «Восприятие Европы в молодежной среде в контексте современных геополитических трансформаций (на материалах Краснодара и Еревана)» (грант РФФИ №16-23-20001, грант 15PT-20 Госкомнаука МНО РА).

*Ключевые слова:* субъективное пространство политики, политическая картина мира, Европа, Россия, Армения, национально-государственная идентичность, Другой

## **Введение**

Предмет данного исследования — образ Европы как геополитического объекта в контексте восприятия собственной страны — относится к субъективному пространству политики, предметной области, которая в настоящее время признается, наконец, важным, если не определяющим фактором, определяющим содержание и динамику социальной и политической жизни.

Система международных связей, участники международных отношений находятся в состоянии поиска динамического равновесия (Киселев, Смирнова, 2006). Сложность исследований субъективного пространства политики (Самаркина, 2017), процессов формирования образов друг друга и взаимного восприятия состоит в том, что все элементы этой системы — страны, государства, регионы (как объекты восприятия); общества, сообщества, отдельные социальные группы и личности (как субъекты восприятия); внутри- и внешнеполитический контекст, обуславливающий результат восприятия (содержание образа); другие значимые факторы — не представляют собой константных факторов, а находятся в постоянной динамике.

Соответственно, исследования восприятия международных акторов в мире глобальных, региональных и локальных конфликтов актуальны и важны для понимания общественного мнения, траекторий, динамики и потенциала как конфликтных отношений, так и потенциала конструктивного взаимодействия на международной арене (Jervis, 1976, Chaban, Elgstrom, Kelly, Yi, 2013). Однако исследование восприятия Других (геополитических объектов в политической картине мира) имеет и «внутренний эффект», т.е. помогает разобраться в сложных механизмах формирования групповой и национально-государственной идентичности (Пищева, 2010).

## **Методология и методика исследования**

Изучение субъективного пространства политики в современных политико-психологических исследованиях строится на модели социальной перцепции с учетом особенностей восприятия политических (геополитических) объектов. Образ рассматривается как результат процесса восприятия объекта, обусловленного особенностями и самого объекта, и воспринимающего субъекта (индивида, группы, сообщества), происходящего под влиянием системы целенаправленных и стихийных факторов (Jervis, 1976; Шестопад, 2012, Давыборец, 2015, Костяев, 2015, Ведерникова, 2016).

В данном исследовании для описания образа Европы в представлениях молодежи потребовался анализ объектных параметров образа (Европы как геополитического объекта), субъектных параметров образа (особенностей воспринимающего субъекта — молодежи как социально-демографической группы), структурных и содержательных параметров образа Европы, а также системы факторов, которые эти параметры определяют. Интегрирующей научной задачей стало выявление потенциала геополитического образа (на примере образа Европы) в формировании национально-государственной идентичности (Эриксон, 2006).

Выбор качественной стратегии данного исследования был обусловлен необходимостью погрузиться и детально изучить внутреннюю структуру представ-

лений молодежи о Европе и собственной стране, определить содержательные и структурные параметры представлений о Других, степень их однородности, выявить факторы, влияющие на структуру и содержание образа, определить его роль в формировании собственной идентичности.

Обсуждая результаты исследования, мы приходим к убеждению, что изучение образа Европы позволило нам решить более масштабные задачи — сделать выводы относительно представлений о собственной стране, понять механизмы и факторы формирования собственной национально-государственной идентичности.

Что касается сравнительного компонента данного исследования, то особенности взаимоотношений между Европейским союзом (и отдельными государствами ЕС) и Российской Федерацией (Образ России, 2008, Нарбут, 2011), а также между ЕС и Республикой Армения в контексте внешней политики двух наших стран являются одним из важнейших факторов, определяющим специфику, глубину и характер общественного дискурса относительно «европейских дел» в наших обществах. Вместе с тем особенности общественных восприятий Европы могут послужить своеобразным отражением, фактором поддержки или отрицания в обществах Армении и России проводимой в наших странах политики взаимодействия с ЕС и не входящими в него странами географической Европы. То, насколько такая политика или ее отсутствие адекватны восприятиям и пожеланиям наших граждан, в том числе молодежи, являющейся локомотивом общественных настроений и наиболее активной социальной группой в пространстве массовой коммуникации, отчасти может быть выявлено через изучение мнения молодежи и ее социальных ориентаций по поводу перспективности для них связанных с Европой идеалов, моделей поведения, образов и характеров европейцев, которым молодежь хотела бы следовать, или же, наоборот, которые отрицает.

Наконец, реализация данного сравнительного исследования позволила лучше понять молодежь Армении и России с ее идеалами, моделями поведения и ценностными ориентирами, в частности, в контексте их восприятий «европейского образа жизни». Обсуждение с молодыми людьми Европы в политическом, экономическом, культурно-коммуникативном, ценностном измерениях, изучение восприятий и стереотипов молодых людей относительно Европы и европейцев позволило выявить важный пласт в мировосприятии (в том числе политической картине мира) молодежи. Вместе с тем понимание ценностно-целевых ориентаций нашей молодежи относительно степени привлекательности для них того образа европейцев, который возник у них в результате личного знакомства с представителями европейских государств, туризма, чтения учебной и художественной литературы, потребления СМИ и общения в соцсетях, позволит сделать молодежную (в частности, информационную) политику более адресной и эффективной.

В результате исследования выявлен ряд *объектных параметров*, характеризующий Европу как объект восприятия и оказывающих влияние на образ Европы как результат этого восприятия. Во-первых, это *сложная структура* самого объекта — Европы. Европа выступает как географическое, политическое, социальное, экономическое, социокультурное пространство, которое сформировалось и существует несколько тысячелетий во взаимодействии с другими пространствами. Во-вторых, *сложность и разноректорность отношений между Европой и Россией, с одной стороны, и более определенная в формально-институциональном плане, ак-*

тивно развивающаяся система взаимоотношений между ЕС и Арменией<sup>2</sup>, с другой. Важной частью объектных параметров образа Европы является история и современный контекст социально-экономических и геополитических взаимодействий Европы с Россией и Арменией. В-третьих, характеристики *Европы как политического объекта*. Как известно, особенностями восприятия политических объектов является направленность восприятия на смысловые и оценочные интерпретации политических объектов; слитность когнитивных и эмоциональных компонентов перцепции; опосредованность процесса восприятия средствами массовой информации; влияние на процесс восприятия стереотипов массового сознания (Шестопап, 2008, 2012; Атанесян, 2008).

*Субъектные параметры*, определяющие восприятие Европы, связаны с особенностями молодежи как социально-демографической группы и этапами социализации, в частности — профессиональной социализации; актуализации целого ряда социальных проблем в этом возрасте, наличием некоторого, но не большого жизненного опыта проживания, обучения или работы в Европе или отсутствием такового.

Выбор молодежи как субъекта — носителя политической картины мира для изучения отдельных ее компонентов — определялся несколькими обстоятельствами: во-первых, складывающиеся идентификационные матрицы молодого поколения оказывают непосредственное влияние на жизнеспособность, воспроизводство и реконструирование национально-государственной идентичности современной России и Армении; во-вторых, современная молодежь социализируется в «пространстве социального взаимодействия, в границах которого интеграция индивидов достигается на основе качественно измененных и усложненных требований к характеру их участия в социальной коммуникации, что обуславливает их активную «рефлексивную включенность» в публичное интегрированное с интернет-средой информационно-коммуникативное пространство международной политики (Кастельс, 2016. Семенов, 2006, 2008). Представители современной молодежи по сути являются носителями нового типа личности — «человека пост-модерна» индивидуализированного общества, представителя «общества знаний» и носителя «гибридной идентичности», который может реализовывать свою политическую субъектность в многослойном формате публичной политики.

*Коммуникативный аспект* восприятия Европы также связан с субъектными параметрами данной модели. Вовлеченность молодежи в процессы социальной коммуникации, сетевого взаимодействия, подверженность влиянию средств массовой коммуникации и социальных медиа определяют оптику восприятия образа Европы и собственной страны.

## Содержание и структура образа Европы: основные параметры

Образ объекта в индивидуальном и коллективном сознании имеет *рациональные* (осмысленные, логически связанные и обоснованные субъектом восприятия признаки и характеристики, как правило, артикулируемые вербально) и *бессознательные* компоненты (т.е. характеристики образа, содержание которых субъект не осознает,

---

<sup>2</sup> С 24 ноября 2017 г. взаимоотношения между Республикой Армения и Европейским союзом развиваются в рамках Соглашения о всеобъемлющем и расширенном партнерстве между Арменией и ЕС. URL: [https://eeas.europa.eu/delegations/armenia/36260/new-agreement-between-eu-and-armenia-will-bring-tangible-benefits-citizens\\_en](https://eeas.europa.eu/delegations/armenia/36260/new-agreement-between-eu-and-armenia-will-bring-tangible-benefits-citizens_en)

но использует их в описании, вербально или графически). Рациональные компоненты геополитического образа во многом определяются объективными факторами: знаниями о Европе, ее истории, культуре, политическими отношениями с Россией и т.п. Бессознательные параметры геополитического образа являются проявлениями архетипов коллективного бессознательного, архетипов политической культуры, стереотипов общественного сознания и т.п. Интегрированные результаты эмпирического исследования позволяют сделать вывод о том, что в представлениях российской молодежи на бессознательном уровне Европа не воспринимается как угроза, враг или объект опасности; скорее как дистанцированный, но вполне знакомый и поэтому не вызывающий опасений объект (Другой, не Свой), обладающий рядом привлекательных характеристик, но не вполне похожий на нас. На рациональном уровне участники исследования демонстрируют симпатии ценностям свободы, демократии, высокому уровню жизни, характерным в их представлениях для Европы. И на рациональном и на бессознательном уровне Европа воспринимается амбивалентно, с одной стороны, как независимый субъект международной политики, в другой стороны — как зависимый от США участник мировых политических отношений.

Говоря о Европе, молодежь Армении также понимает демократические ценности, права и свободы, экономическое благосостояние граждан, а также динамичность политико-экономических и социальных процессов, что делает Европу привлекательной и ценной с точки зрения изучения и применения в Армении эффективного европейского опыта модернизации различных сфер жизнедеятельности государства и общества. Интересно заметить, что молодежь Армении склонна воспринимать европейские ценности в качестве шкалы, с помощью которой в сравнительном ключе сопоставляются и измеряются также права и свободы в Армении. Это позволяет молодым людям оценивать качество жизни, уровень демократических свобод и т.д. в собственной стране и соответственно оценивать важность и перспективность взаимоотношений между Арменией и ЕС. В качестве проводника демократических ценностей, а также пространства, представляющего интерес с точки зрения экономического развития, качественного образования, трудоустройства и туризма, Европа представляется молодежи Армении как Другой, не Свой, однако ценный, интересный, соответственно — значимый Другой. В этом плане восприятия Европы молодежью Армении и России схожи.

Интегрируя результаты, полученные при помощи комплекса методов, заранее обговоренного и унифицированного для полевого исследования в Ереване и Краснодаре<sup>3</sup>, можно описать образ Европы как многоуровневое, многосоставное, когнитивно разнообразное, амбивалентное пространство.

<sup>3</sup> Основным методом сбора эмпирической информации в исследовании была фокус-групповая дискуссия с участием различных слоев молодежи. В 2016–2017 гг. были проведены 12 фокус-групп с представителями студенческой, работающей и сельской молодежи в Краснодаре и Краснодарском крае. Параллельно 6 фокус-групповых дискуссий с участием в целом 60 молодых людей было проведено в Ереване. Для стимулирования дискуссии применялись следующие методики: методика проективного рисунка «Моя страна и Европа», методика неоконченных предложений «Персоны», картографирование, методика семантического дифференциала «Моя страна и Европа», методика шкалирования «Орбиты», результаты которых, наряду со стенограммами фокус-групповых дискуссий, стали объектами качественного и количественного анализа (контент-анализа – для рисунков). Для оценки и концептуализации полученных данных результаты, полученные на фокус-группах, обсуждались с экспертами. Всего было проведено 15 экспертных интервью в РФ и 10 – в РА с представителями академической науки, практиков в сфере международных отношений, молодежной политики, туристического бизнеса (европейского направления).



Рис. 1. Европа: единицы анализа, набравшие более 10 упоминаний (методика Проективный рисунок «Моя страна и Европа»)

Fig.1. Europe: units of analysis with 10 or more mentionings (the technique called “Projective drawing «My country and Europe»”)

**Многосоставность образа Европы.** Российская молодежь воспринимает Европу как совокупность нескольких пространств: географического, социокультурного, политического, социально-экономического, причем размеры этих пространств не всегда совпадают. Многосоставность образа Европы отчетливо выявили данные, полученные при помощи всех методик. На рисунках о Европе нашли отражение элементы всех перечисленных пространств; персонифицированные индикаторы Европы также отразили палитру значимых персон в области политики, общественной жизни, науки, искусства; о многосоставности образа Европы говорили участники фокус-групповых дискуссий.

**Неоднородность и многоуровневость образа Европы.** Российская молодежь воспринимает Европу как неоднородное пространство, имеющее несколько уровней. Эта характеристика образа зафиксирована нами относительно всех описанных пространств: географического, политического, социокультурного, социально-экономического. В каждом из них участники исследования отмечали наличие ядра (собственно Европа), периферии (почти Европа) и границы (Не Европа). Сопоставление образов России и Европы позволило выделить также пространство полупериферии, элементы которой имеют отношение к нескольким центрам (и Европа, и Россия).

Вместе с тем исторически сложившаяся включенность России во взаимодействия с Европой, исторический опыт сотрудничества, сложившиеся культурно-исторические связи определили тот факт, что основу образа Европы в представлениях российской молодежи составляет социокультурное пространство, которое формирует содержательное ядро образа Европы. Социокультурные индикаторы составили большую часть элементов, отраженных на рисунках о Европе (рис. 1).

В сознании представителей молодежи Армении высокий уровень экономического развития — один из важнейших критериев принадлежности к «Европе»: соответственно такие страны, как, например, Албания, молодыми людьми во время дискуссий нередко не соотносились в «Европой». Любопытно, что в качестве символа «Европы» участники дискуссий нередко изображали экономический символ ЕС — Евро, а в качестве европейских стран, являющихся критерием экономического благосостояния, преимущественно назывались государства Западной и Северной Европы — Германия, Швейцария, скандинавские страны и Великобритания. Германия и Великобритания у некоторых респондентов отождествляются с крупными университетами. В восприятии армянской молодежи европейская система образо-

вания является образцовой, а получение образования в Европе считается большим преимуществом в определении качества профессионализма и построения карьеры. Можно заметить, что характеристики, приписываемые Армении и Европе, не противоречат друг другу и не противопоставляются в рамках Мы и Они; Они в данном случае — не Чужие, а скорее более динамичные Другие.

Анализ персонифицированных индикаторов образа Европы также показал, что в среде молодежи Армении и России самая широкая палитра персон одинаковым образом представляет сферу науки, образования, культуры и искусства. Политическое пространство как составная часть образа видится более фрагментированным и разорванным. В образе Европы присутствует и единая Европа как политический союз, со всеми его атрибутами, и отдельные страны Европы.

В политическое пространство Европы в представлениях российской молодежи агрессивно вклиниваются США, разрушая политическое единство образа и его субъектность. Неспособность Европы противопоставить самостоятельную политику действиям США является для респондентов фактором, отдаляющим Европу в сторону Чужого. Еще одним показателем этой функции политического пространства образа является ТОП-3 наиболее часто упоминаемых персон, которые ассоциируются у молодежи с Европой составили Меркель (169 упоминаний), Наполеон (120 упоминаний), Гитлер (103 упоминания).

В отличие от взглядов российской молодежи, молодежь Армении не видит противоречий в образах Европы и США, а также не считает США Чужим, мешающим взаимодействиям между Европой и Арменией. Между тем, несмотря на многообразие мнений, почти все опрошенные в Армении в рамках исследования молодые люди пытались отметить точки соприкосновения и сходство между Арменией и Европой, параллельно обсуждая сходство и различие с другим мировым полюсом — Азией. В объединении не всегда гармонично сосуществующих элементов европейской и азиатской культуры, традиций и моделей поведения является объективная и очень непростая задача армянского общества на протяжении веков. В процессе попыток синхронизации западного и восточного, европейского и азиатского армяне часто испытывают затруднения, внутренний конфликт с собой и социальной средой, и именно это является одним из факторов, объективно осложняющих взаимоотношения с Европой как Другим; возможно, именно это делает Европу для Армении Другим, не Своим. В этом смысле в представлениях молодых людей наблюдается некая шкала, на одном конце которой находится «Европа», на другой — «Азия», и основной спор ведется о том, где на этой шкале находится Армения, в какую сторону она движется в той или иной ситуации, будь то бытовое массовое поведение или внешнеполитические решения.

### **Функции образа Европы**

Образ как результат процесса социальной перцепции в политической картине мира молодежи как социальной группы, помимо функции отражения социально-политической реальности, выполняет также идентификационную функцию. Содержательно она выражается в позиционировании и оценке Европы через асимметричный механизм Свой — Чужой относительно своей страны и рефлексии этой позиции в контексте формирования собственной идентичности.

Большинство российских участников исследования отнесли Европу к категории Другой (не Чужой), расположив ее в числе отдельных стран по восприятию

Ранжирование геополитических образов относительно России  
Ranking of geopolitical images in relation to Russia

| № | Геополитический объект | Ранг (орбита) |
|---|------------------------|---------------|
| 1 | Армения                | 1,4           |
| 2 | Китай                  | 1,4           |
| 3 | Прибалтика             | 1,8           |
| 4 | Европа                 | 1,8           |
| 5 | Турция                 | 1,9           |
| 6 | Германия               | 2             |
| 7 | Украина                | 2,1           |
| 8 | США                    | 2,5           |

на срединной из трех предложенных орбит<sup>4</sup> (см. таблицу 1). Наиболее близкими к России (*своими*) оказались Армения и Китай (некоторые респонденты на первую, ближайшую к России орбиту вписывали также Белоруссию и Казахстан). Наиболее далекими от России (*чужими*) были названы Соединенные Штаты Америки; рядом с США оказалась Украина. Европа в этой системе расположилась практически на второй орбите (*другие*), получив средние ранги от 1,8 до 2 вместе с Прибалтикой, Турцией и Германией.

Таким образом, в системе геополитических координат, в центре которой располагается Россия, Европа вытеснена с ближайшей орбиты — позиции *Своего* — на срединную позицию, которую можно (по совокупности методик) интерпретировать как роль Другого. Показательно, что дальние позиции в этой системе занимают США и Украина с Германией, играющие в настоящее время роль Чужих в этой системе геополитических координат.

Восприятие Европы, как прежде всего социокультурного пространства, что говорит о наличии пересечений и совпадений в социокультурной идентификационной матрице, на наш взгляд, является фактором, определяющим срединное положение образа Европы по шкале Свой — Чужой (Европа — Другой, но не Чужой). Наличие в образе Европы социокультурного ядра, не противоречащего идентификационной матрице россиян не позволяет образу Европы дистанцироваться в этой шкале до позиции Чужого.

Интересно заметить, что аналогичным образом молодежь Армении обозначала Россию как *наиболее Своего*, а Европу — как в основном Другого, хотя отдельные страны ЕС (в частности, Францию) — как более отдаленного, чем Россия, но опять же Своего. Однозначно *Чужими* обозначены Турция и Азербайджан.

<sup>4</sup> Для определения места образа Европы в системе геополитических координат относительно собственной страны использовалась методика ранжирования «Орбиты». Модератор дискуссии предлагал участникам расположить на рисунке на трех условных орбитах перечисленные страны (Армения, Китай, Прибалтика, Европа, Турция, Германия, Украина, США) соответственно их ощущениям по отношению к собственной стране (России / Армении). Участники исследования могли добавить другие страны в список. По результатам обработки данных определялся средний ранг, полученный каждым геополитическим объектом, что давало возможность проранжировать геополитические объекты и определить «удаленность» Европы от образа собственной страны, соответственно определить функцию образа Европы и других стран как Своих или Чужих.

Вопрос о том, является ли Турция частью Европы, был для участвовавших в обсуждениях представителей молодежи Армении очень актуальным; воспринимая «Европу» в рамках экономического благосостояния, молодежь периодически говорила о существенных связях с Европой Турции и Грузии. Говоря о Турции, некоторые респонденты высказывались о том, что согласно экономическим показателям ее можно считать европейской страной. Нужно отметить, что представления армянской молодежи о Турции очень подробны и совмещают в себе знания из истории, современной политической повестки дня согласно новостным передачам, из семейных рассказов, а также у некоторых из молодых людей — из личного опыта туризма, в основном паломничества в Западную Армению (Анатолию) и Стамбул (который иногда становится также транзитным аэропортом для путешествующих из Армении в страны ЕС). Ассоциированность Турции со Стамбулом, а также высокий экономический уровень Турции стали причиной для ее восприятия определенной группой армянской молодежи в качестве части Европы.

Вместе с тем часть молодежи Армении не считает Турцию европейским государством, ссылаясь на низкий уровень защищенности прав и свобод человека в Турции по сравнению с государствами ЕС. Некоторые из опрашиваемых не считают Турцию европейской страной, ссылаясь на то, что «исламское государство не является частью европейской цивилизации и соответственно не может считаться европейской страной».

Что касается Грузии, то среди армянской молодежи распространено представление о Грузии как о более прозападной стране. Кроме того, Грузия проводит информационную политику, создавая себе имидж самой прозападной страны в регионе, и данный имидж широко транслируется в Армении. Говоря о Грузии, молодежь в основном употребляет определения «прозападная» и «роевропейская» в качестве синонимов, что означает, что в их представлении направления ЕС и США во внешней политике Грузии воспринимаются в качестве единого вектора. Интересно отметить элемент зеркальности в стереотипах жителей Армении о Грузии, и наоборот: в результате проведенного совместного с партнерами из Грузии исследования у армянской и грузинской молодежи выявилась почти аналогичная система стереотипов друг о друге и, в частности, в Грузии считают Армению «прозападной» так же, как в Армении — Грузию (см. *The Perceptions about Armenia's and Georgia's Policy towards Each Other among Two States' Youth*, 2015).

Оценка образа по шкале Свой – Чужой является существенным фактором, определяющим результирующий вектор восприятия, имеющим значение как для объекта восприятия (Европы), так и для носителя (в данном случае — *россиян и граждан Армении*), ведь по сути политика идентичности, трактуемая в широком смысле как деятельность государства по формированию чувства принадлежности, тождественности граждан собственной стране ориентирована на дифференциацию образов других геополитических объектов относительно собственной страны по этой шкале. *Свои* маркируют пространство в том числе политического влияния; *Чужие* маркируют пространство политических соперников, противников, оппонентов; *Другие* — пространство ценностного влияния, которое определяется совпадением компонентов социокультурной идентификационной матрицы.

В целом мы выявили систему факторов, определивших положение Европы на шкале Свой – Чужой, среди которых имеют место факторы сближения (действи-

ющие в направлении приближения образа Европы к положению Свой) и факторы дистанцирования (действующие в обратном направлении к позиции Чужой). К первой группе влияющих факторов мы отнесли уже отмеченные исторически сложившиеся социокультурные связи Армении и России со странами Европы, длительный исторический опыт социокультурного взаимодействия с Европой, сложившиеся разнообразные практики публичного взаимодействия и взаимодействия граждан в сфере экономики, туризма, образования, науки и т.п. Ко второй группе факторов (определяющих дистанцирование образа Европы от позиции Своего и более характерные для восприятий молодежи России, нежели Армении) мы отнесли современный геополитический контекст (O'Tuathail, Dalby, 1998), внешнеполитические факторы, ситуационные внутривнутриполитические факторы (избирательная кампания, внутренняя политика относительно решения текущих социально-экономических проблем населения, социально-экономическая ситуация как контекст формирующий отношение к Европе и отдельным европейским странам), процессы переосмысления и политика идентичности, которая определяется значимыми внешнеполитическими событиями (например, присоединение Крыма и в этом контексте поиск ответов на вопрос о том, как быть с Украиной: она Свой или Чужой? Европа или нет?). К последней группе мы также относим политику Европы по формированию общеевропейской идентичности на территории бывших советских республик, ныне — государств, входящих в Восточное партнерство, которая воспринимается в России как «наступление на нашу территорию», территорию «Своих». Следует отметить, что европейские исследователи также активно изучают образ Европы в представлениях нынешних и потенциальных европейцев (см. Евтушенко, Сазантович, Самаркина, 2016 а, 2016 б). Особенно активно исследуется сюжет о том, как воспринимается Европа гражданами в странах Восточного партнёрства, насколько эффективна проводимая в этих странах по специальным европейским программам политика формирования европейской идентичности.

Из анализа обсуждений данного вопроса с представителями молодежи Армении следует, что данные опасения безосновательны и вредят стратегическим армяно-российским взаимоотношениям. Вместе с тем армянская молодежь считает причастность к процессу становления европейской цивилизации частью своей национальной идентичности, и это не результат политики ЕС в отношении постсоветских стран, тесные взаимоотношения Армении с ЕС являются логическим процессом, проистекающим из истории Армении и ее цивилизационных связей с Европой.

Таким образом, интегрированный вектор влияния сближающих и дистанцирующих факторов определил особенности нынешнего положения Европы на шкале Свой — Чужой как позицию Другого.

В качестве задач нашего исследования мы определили теоретические и практическую задачи по определению потенциала Другого в формировании национально-государственной идентичности. Полученные нами данные позволяют сделать вывод о том, что функционал образа Другого в формировании собственной национально-государственной идентичности состоит в том, чтобы быть объектом рефлексии и сравнения с представлениями о собственной стране и в итоге оттенить значимость образа собственной страны (объекта идентификации).

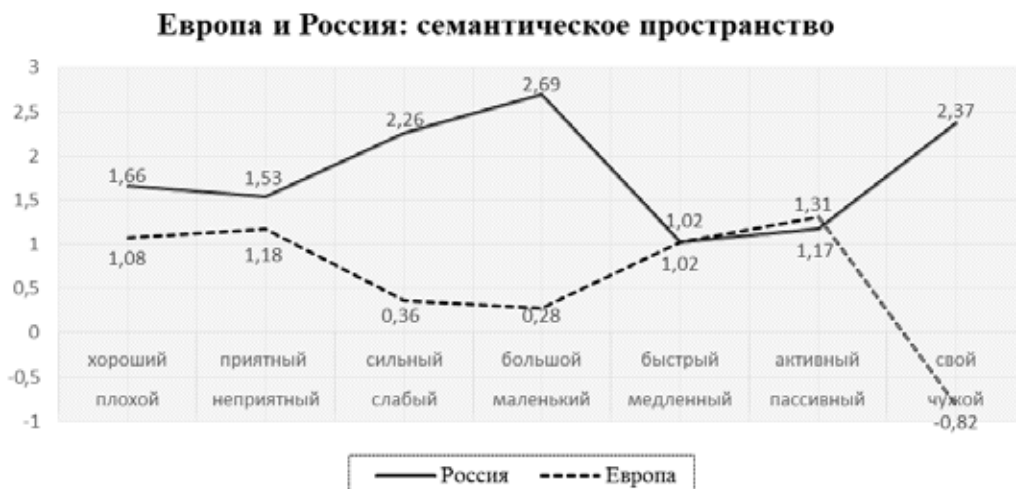


Рис. 2. Европа и Россия: семантическое пространство (базовая часть СД)

Fig.2. Europe and Russia: semantic space (base section of SD)

Как происходит отстройка и рефлексия образа собственной страны относительно Европы (Другого) демонстрируют данные, полученные нами при помощи методики семантического дифференциала<sup>5</sup>.

Семантический профиль Европы находится ниже профиля России, средние показатели всех параметров профиля Европы, включенные в базовую часть методики (за исключением активности) оказались ниже, чем показатели России, т.е. эмоциональная оценка собственной страны российскими участниками исследования позитивнее, чем Европы (см. рис. 2). Наибольшие расхождения в оценках восприятия собственной страны и Европы оказались в характеристиках базовых параметров образа — силы и масштаба / размера. Участники исследования воспринимают Европу как *маленькую* (0,28) и *слабую* (0,36), в противовес *большой*

<sup>5</sup> Бланк семантического дифференциала «Моя страна и Европа» включал две части: базовую и специализированную. В базовую часть бланка семантического дифференциала были включены семь пар антонимов (хороший – плохой; приятный – неприятный; сильный – слабый; большой – маленький; быстрый – медленный; активный – пассивный; свой – чужой), участникам исследования предлагалось оценить степень выраженности каждого из перечисленных свойств у двух объектов: Европы и России (Европы и Армении). Для оценки предлагалось использовать биполярную семибалльную шкалу (-3-2-1 0 1 2 3). Специализированный семантический дифференциал был составлен с целью определить восприятие основных параметров объектов, отражающих структуру образа страны: люди, социальное самочувствие, социально-экономическое положение, природа, власть, общество, политика, социальное пространство, отношение к другим, степень религиозности. В него были включены следующие пары антонимов: люди добрые – люди злые; люди здоровые – люди больные; люди белые – люди цветные; социальное самочувствие: оптимизм – социальное самочувствие: пессимизм; социально-экономическое положение: стабильное – социально-экономическое положение: нестабильное; природа: чистая – природа загрязненная; власть: демократическая – власть: авторитарная; общество: свободное – общество: несвободное; политика: для людей – политика: для политиков; пространство: единое – пространство: фрагментированное; отношение к другим: терпимое – отношение к другим: нетерпимое; религиозная – светская. На основании полученных данных были построены усредненные шкальные профили изучаемых геополитических объектов. Сравнение данных проводилось по усредненному шкальному профилю.

(2,69) и *сильной* (2,26) России. Максимальное же расхождение профилей исследуемых стран обнаруживается по линии социальной дистанции, определяющей идентификационную матрицу (*свой – чужой*). Это единственный параметр семантического пространства Европы, получивший в оценках участников исследования отрицательное значение – параметр *свой – чужой* (–0,82). Выше всего участники исследования оценили позицию *активный* (1,31) в семантическом профиле Европы; далее идут параметры *приятный* (1,18), *хороший* (1,08) и *быстрый* (1,02). Именно по этим линиям (параметрам активности и эмоциональной близости) семантическое пространство России и Европы совпадает. Данные, полученные по этой части методики, коррелируют с результатами ранжирования. Усредненный профиль Европы (за исключением параметра – *Свой/Чужой*) оказался выше нуля, т.е. в оценках преобладали положительные значения (не *Чужой*); но дистанцирован от профиля России в некоторых случаях на две единицы (не *Свой*).

Рефлексия образа собственной страны в сравнении с Другим относительно важных параметров национально-государственной идентичности зафиксирована нами по всем параметрам (Самаркина, Морозова, Мирошниченко, 2018), в том числе по результатам анализа специализированной части семантического дифференциала.

Семантический профиль Европы, описанный специализированным семантическим дифференциалом, детализирующим социально-экономические, социокультурные и политические параметры, оказался по большинству параметров выше профиля России, т.е. эти признаки получили более высокие оценки участников исследования. Более высоко (лучше, чем в России) участники исследования оценили в образе Европы людей (добрые, здоровые), социальное самочувствие, социально-экономическое положение, отметили лучшую экологическую ситуацию (в Европе – природа чистая, в России – нет), большую свободу общества, более демократичное политическое устройство, ориентированную на людей политику. Исключением оказались два признака: этническая однородность общества (*люди: белые – цветные*) и состояние духовной сферы (*религиозная – светская*). Европа воспринимается как этнически менее однородное пространство (*люди цветные* – 0,53), в духовной сфере – менее религиозное, светское пространство (*светское* – –0,06).

В этой части пика семантического профиля Европы приходится на параметры, содержащие оценки природы и общества: *природа чистая* (1,12) и *общество свободное* (1,11). Нижние пики профиля приходятся на параметры, отражающие фрагментацию пространства, оценку политической сферы и этнической неоднородности общества: *пространство фрагментированное* (0,15), *политика для людей* (0,4), *люди цветные* (0,53). Максимальное совпадение семантического пространства образов Европы и России в специализированной части семантического дифференциала (рис. 3) происходит по параметрам, отражающим социальную дистанцию и межличностные отношения (*люди: добрые – злые; отношение к другим: терпимое – нетерпимое*). Максимальное расхождение – по параметрам, описывающим социально-экономическое положение и ситуацию в духовной сфере (*религиозная – светская*).

Анализ данных семантического дифференциала подтверждает наши выводы о том, что образ Европы в сознании молодежи является объектом сравнения и сопоставления с собственной страной. В сознании молодежи образ Европы является значимым, он имеет сложное и разнообразное содержание. Образ Европы в политической картине мира молодежи выступает в роли Другого, поскольку ли-

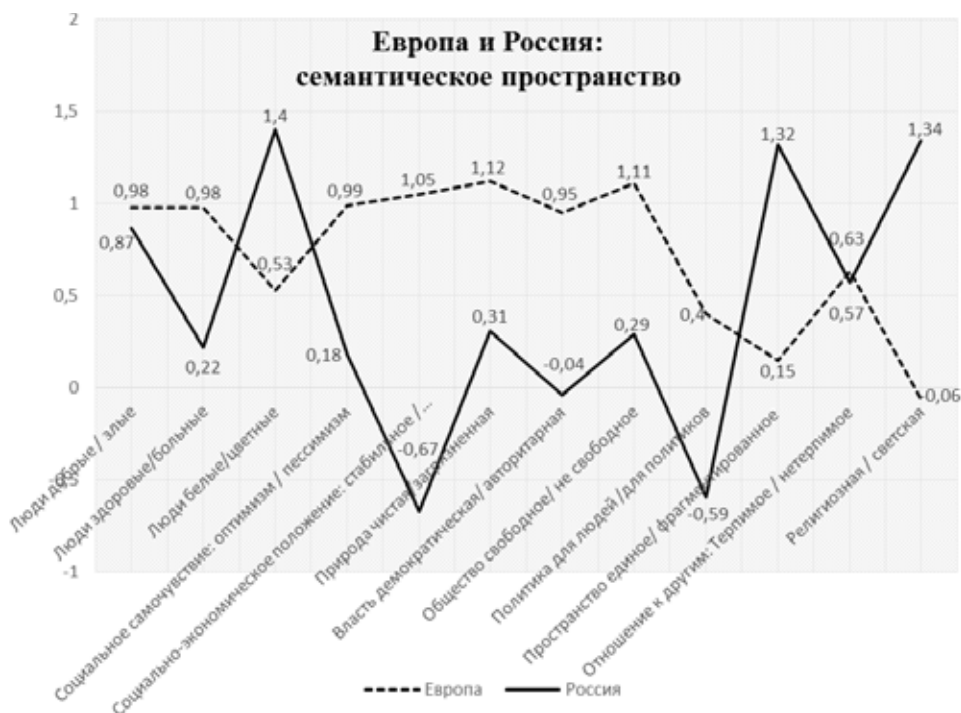


Рис. 3. Европа и Россия: семантическое пространство (специализированный СД)

Fig. 3. Europe vs. Russia: semantic space (specialized SD)

ний некогруентности с образом собственной страны намного больше, чем линий когруентности.

Реализацию функции Другого в процессе восприятия Европы демонстрируют также результаты анализа рисунков<sup>6</sup> и их обсуждение на фокус-группах, которые показали, что Европа выступает объектом постоянного сравнения с собственной страной. Это сравнение отражено в целом ряде метафор: Европа — миска салата, пазл (в противовес целостной России); Европа — ограненный, но маленький бриллиант (в противовес России, которая видится большим неограниченным алмазом);

<sup>6</sup> Методика проективного рисунка «Моя страна и Европа» использовалась для выявления содержательно-символического наполнения образа Европы. Модератор предлагал участникам фокус-группы на листе бумаги нарисовать два рисунка: свою страну и Европу, точнее «первое, что приходит в голову при словах «Россия/ Армения» и «Европа»». Для дальнейшего анализа фиксировались возраст, пол, направление подготовки/ профессия участников исследования, а также имелся ли у них опыт пребывания в Европе. Модератор получил инструкцию не давать содержательных рекомендаций участникам, стимулировать участников к максимально самостоятельному созданию рисунков. Рисунки могли иметь сюжет или содержать отдельные элементы, символы, некоторые пояснения в виде минимального текста. Далее участники фокус-группы давали пояснения и обсуждали созданные рисунки. Объектом для дальнейшего анализа становились стенограмма фокус-групповой дискуссии с пояснениями (рациональный аспект восприятия образа Европы), а также сами рисунки, к которым применялся метод качественного анализа (определение основных сюжетных линий рисунков, категорий) и метод количественного анализа (частота упоминания сюжетов и элементов рисунков).

Европа — богатая, территория достатка (в противовес небогатой России); Европа — зависимая от США, Соединенные Штаты Европы (в противовес независимой России); Европа — маленькая, ЕС — размер XS (в сравнении с огромной Россией).

Сопоставление содержания образов Европы и собственной страны (России), отраженных в рисунках участников фокус-групп, позволило выделить линии противопоставления и неконгруэнтности: единство — раздробленность; сплоченность — индивидуализм; независимость (сила) — зависимость (под сапогом США); несвобода — свобода; экстенсивное — интенсивное развитие; натуральное — суррогатное; бедность — богатство; беспорядок — порядок; богатство неиспользованных ресурсов — прагматичное использование всего, что имеется; Крым — Украина; мы — они (другие); сила — отсутствие силы. Линии конгруэнтности образов — богатая история и культура — подтверждают тот факт, что именно социокультурное пространство выступает ядром образа Европы. Очевидно, что линий несовпадения гораздо больше. Они охватывают практически все аспекты восприятия одного из ключевых образов политической картины мира, который оказывает существенное влияние на образ собственной страны и его эмоциональную окраску.

Предложенная объяснительная модель образа Европы позволила охватить всю сложность, многомерность и взаимообусловленность его структурных элементов. Данные, полученные в нашем исследовании, коррелируют с выводами наших коллег, изучавших Евросоюз на основании схожей теоретической модели, но использовавших другой инструментарий (Шестопал и др., 2016).

Если посмотреть на результаты исследования по Армении, то в этой части применения методики также можно видеть определенные различия между восприятиями Европы армянской и российской аудитории. Так, общая средняя оценка Европы (1,55) выше средней оценки Армении (0,77). Это означает, что если российская молодежь смотрит на Европу «свысока», то армянская молодежь склонна критически оценивать прежде всего себя самих и видит в Европе целый ряд качеств (таких, как существенно более высокий уровень здоровья населения, скорости и динамичности развития, оптимизма), которые являются поучительными примерами и задачами развития Армении в настоящем и будущем (см. рис. 4).

Вместе с тем из рис. 4 можно видеть, что, по мнению армянской молодежи, Европа уступает Армении по показателям человеческой доброты (душевности) и религиозности. Схожие для Армении и Европы показатели получены на эмоциональном уровне: Европа по-своему столь же *приятна, хороша, сильна*, как и Армения в восприятиях молодежи.

Посмотрим на негативные для Армении показатели, по которым Армения, по мнению молодежи, существенно отстает от Европы (рис. 5).

Из рисунка можно видеть, что существенное отставание от Европы в сторону противоположных показателей происходит в вопросах уровня экономического благосостояния, экологии, уровня демократии, прав и свобод, а также эффективности политики. В отличие от мнения российской молодежи, в среде армянской молодежи не распространены уничижительные для образа Европы формулировки, характеризующие ее как подстраивающуюся под политику США, подстрекающую конфликтность с союзниками (в первую очередь с Россией), и т.п. Вместе с тем интересно заметить, что в дихотомии Свой — Чужой место Европе отводится армянской молодежью примерно такое же (Европа — 0,9, Армения — 2,3), как и российской (Европа — 0,8, Россия — 2,4).

### Европа и Армения: семантическое пространство

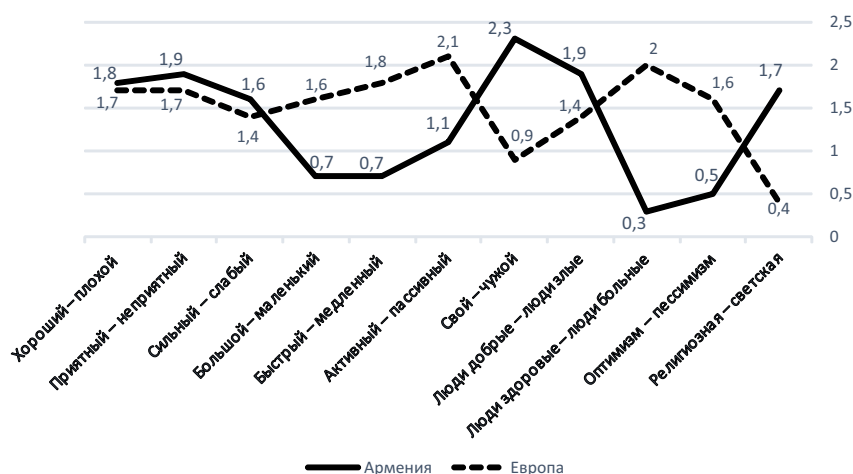


Рис. 4. Европа и Армения: семантическое пространство (базовая часть СД)

Fig.4. Europe vs. Armenia: semantic space (base section of SD)

### Выводы исследования

Будучи частью субъективного пространства политики, образ Европы складывается из конфигурации рациональных и бессознательных компонентов, имеющих вербальные и визуальные проекции в системе когнитивных, аффективных и поведенческих аттитюдов и изменяющихся под воздействием комплекса структурных и динамических факторов. Разработка, апробация и использование комплексной методики эмпирического исследования помогли исследователям раскрыть эвристический потенциал политико-психологического подхода к изучению многосоставного и динамически изменяющегося образа Европы.

Таким образом, полученные нашей командой теоретические и эмпирические результаты, позволившие концептуализировать понятие *Другой* в политической картине мира и верифицировать теоретическую модель в компаративном исследовании, содержательно соотносятся с данными других исследований и вместе с тем привносят новое содержание в понимание образа *Другого* с учетом ряда современных интеграционных процессов на евразийском пространстве.

Образ Европы представляет собой значимую часть системы геополитических образов индивидуальной и групповой политической картины мира молодежи, тесно связанную с другими элементами субъективного пространства политики. Будучи частью субъективного пространства политики, образ Европы складывается из конфигурации рациональных и бессознательных компонентов, имеющих вербальные и визуальные проекции в системе когнитивных, аффективных и поведенческих аттитюдов и изменяющихся под воздействием комплекса структурных и динамических факторов.

Европа, играя роль *Другой* для молодежи России и Армении, выступает значимым объектом интереса и сравнения с собственной страной и элементом построения национально-государственной и гражданской идентичности.

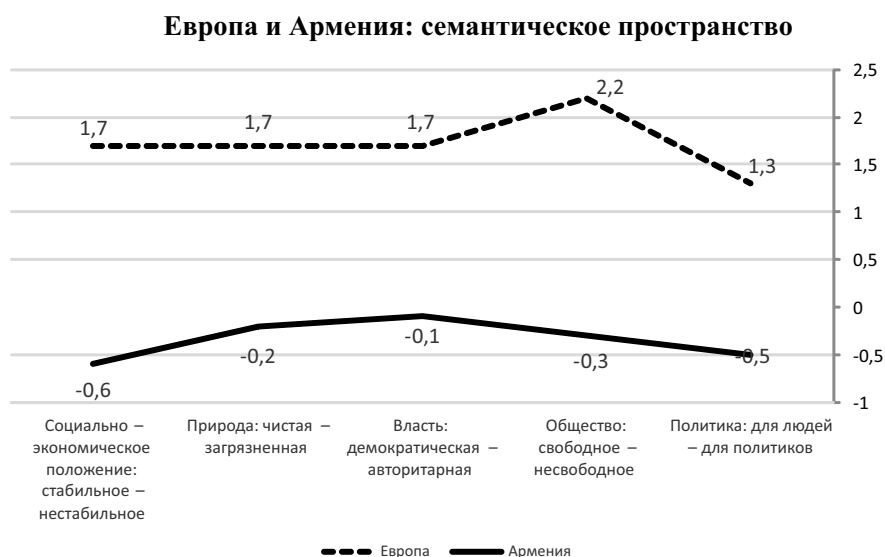


Рис. 5. Европа и Армения: семантическое пространство (специализированный СД)

Fig.5. Europe vs. Armenia: semantic space (specialized SD)

Интегрированные результаты эмпирического исследования позволяют сделать вывод о том, что в представлениях российской молодежи на бессознательном уровне Европа не воспринимается как угроза; скорее, как дистанцированный, но вполне знакомый и поэтому не вызывающий опасений объект (Другой, но не Свой), обладающий рядом привлекательных характеристик, но не вполне похожий на нас. На рациональном уровне участники исследования демонстрируют симпатии ценностям свободы, демократии, высокому уровню жизни, характерным в их представлениях, для Европы. И на рациональном, и на бессознательном уровне Европа воспринимается амбивалентно, с одной стороны, как независимый субъект международной политики, с другой стороны, как зависимый от США участник мировых политических отношений.

Участие Армении в построении и развитии европейской цивилизации позволяет говорить о тесных контактах между Арменией и рядом европейских наций в историко-культурной перспективе. Соответственно культурная дистанция между армянским обществом и европейским сообществом воспринимается намного короче, чем географическая. На рациональном уровне участниками артикулируется мнение о том, что на современном этапе у Европы следует поучиться опыту реализации гражданских прав и свобод, а также некоторым системным характеристикам, которые позволят укрепить институциональные основы государственности. Вместе с тем в среде армянской молодежи превалирует мнение о том, что Армения — не Европа, а самобытная, тесно связанная с европейской цивилизация, обладающая собственной системой ценностей и моделей поведения, которую не следует перестраивать по образу и подобию «европейских» моделей бытового поведения.

Исследование образа Европы позволило выявить систему факторов и взаимодействий структурных компонентов субъективного пространства политики,

в частности, элементов индивидуальной и групповой картины мира и национально-государственной идентичности.

Образ Европы в политической картине мира молодежи обеих стран представлен как многоуровневое, многосоставное, когнитивно разнообразное, амбивалентное пространство, содержательно представляющее собой совокупность нескольких пространств: географического, социокультурного, символического, политического и социально-экономического. Его содержание в обеих странах определяет система ключевых факторов: объектных, субъектных и коммуникативных. Содержательно представления российской и армянской молодежи о Европе схожи в части символического наполнения.

Наше исследование показало, что образ Европы в обеих странах выполняет важную для формирования национально-государственной идентичности функцию *Значимого Другого*, Европа выступает объектом сравнения с собственной страной, которая, как правило, получает более критичные оценки по основным параметрам сопоставления. В целом по отношению к Европе в среде молодежи доминируют позитивные или нейтрально-позитивные установки, однако молодые россияне более критичны в своих оценках, чем представители молодежи Армении. Выделенные модели восприятия Европы (Мы – Европа; Мы — еще не Европа; Мы — уникальное культурное пространство) также являются универсальными, но имеют отличия в некотором внутреннем содержательном наполнении. Универсальной же видится осознаваемая молодежью культурная дилемма в форме дихотомии Россия — Европа, опять же имеющая разные содержательные акценты в исследуемых странах: россияне интерпретируют эту дилемму как вопрос: *Куда нам идти?* А армянская молодежь — как вопрос: *С кем нам быть?*

Наше исследование, построенное на методологии компаративного анализа и использовании ряда качественных методов, проведенное командой экспертов из России и Армении, помогло раскрыть эвристический потенциал политико-психологического подхода к изучению многосоставного и динамически изменяющегося субъективного пространства политики. Полученные в результате проекта данные и выводы могут быть интересны и полезны специалистам в области политической социологии, политической психологии, компаративистики, а также всем интересующимся проблемами формирования национальной идентичности и интеграционными процессами на евразийском пространстве.

### Библиографический список

- Атанесян, А. В. (2008). *Актуальные проблемы современных политических и конфликтных коммуникаций*. Ереван: Изд-во Ереванского государственного университета.
- Ведерникова, М. И. (2016). Объективные и субъективные факторы восприятия имиджа России в ЕС. *Вестник РУДН. Серия Политология*, 2, 53–60.
- Давыборец, Е. Н. (2015). Роль факторов субъективного восприятия объекта в формировании имиджа государства. *Вестник ЗабГУ*, 10 (125), 41–49.
- Евтушенко, А. С., Сазантович, А. Б., Самаркина, И. В. (2016). Европа в восприятии соседей: проблемы, методики и результаты современных зарубежных исследований. *Человек. Сообщество. Управление*, 4, 45–61.
- Евтушенко, А. С., Сазантович, А. Б., Самаркина, И. В. (2016). Современные зарубежные исследования восприятия Европы: проблемы, методики, результаты. *Среднерусский вестник общественных наук*, 6, 143–154.

- Зинченко, Ю. П., Матвеева, Л. В. (ред.) (2008). *Образ России в стране и за рубежом: гуманитарное измерение*. М.: Издательство МГУ.
- Кастельс, М. (2016). *Власть коммуникации*. М.: Изд. дом Высшей школы экономики.
- Киселев, И. Ю., Смирнова, А. Г. (2006). *Динамика образа государства в международных отношениях*. СПб.: Изд-во СПбГУ.
- Костяев, С. С. (2015). Имидж России в США: анализ экзогенных и эндогенных факторов. Гуманитарные науки. *Вестник Финансового университета*, 2 (18), 14–21. DOI 10.12737/11592
- Нарбут, Н. П., Троцук, И. В. (2011). Образы стран-соседей в восприятии студенческой молодежи (по результатам социологических исследований). *Вестник РУДН. Серия Социология*, 4, 109–117.
- Пищева, Т. Н., Виноградова, Н. С., Недова, А. Д. (2010). Образ России под углом зрения политических коммуникаций. *Полис. Политические исследования*, 4, 107–108.
- Самаркина, И. В. (2017). Субъективное пространство политики. В И. С. Семененко (ред.) *Идентичность: Личность, общество, политика. Энциклопедическое издание* (с. 380–385). М.: Весь Мир.
- Самаркина, И. В., Морозова, Е. В., Мирошниченко, И. В. (2018). Восприятие Европы в молодежной среде в контексте новых реалий мировой политики (на материалах Краснодар). *Полис. Политические исследования*, 3, 110–129. DOI: 10.17976/jpps/2018.03.08
- Семененко, И. С., Лапкин, В. В., Пантин, В. И. (2006). Образ России на западе: диалектика представлений в контексте мирового развития. К постановке проблемы. *Полис. Политические исследования*, 6, С. 110–124.
- Шестопа, Е. Б. (2008) Образ и имидж в политическом восприятии: актуальные проблемы исследования. В Е. Б. Шестопа (ред.) *Образы государств, наций и лидеров* (с. 8–24). М.: Аспект Пресс.
- Шестопа, Е. Б. (2012). *Психология политического восприятия в современной России*. М.: РОССПЭН.
- Шестопа, Е. Б., Губченко, В. А., Джамалудинов, Ш. З., Джгамадзе, К. Б., Тумысов, И. А. (2016). Образы Евросоюза в России: проблемы восприятия. *Полис*, 3, 12–24.
- Эрикссон, Э. (2006) *Идентичность: юность и кризис*. М.: Флинта.
- Chaban, N., Elgstrom, O., Kelly, S. & Yi, L. (2013). Images of the EU beyond its Borders: Issue-Specific and Regional Perceptions of European Union Power and Leadership. *Journal of Common Market Studies*, 51 (3), 433–451.
- Jervis, R. (1976). *Perception and Misperception in International Politics*. Princeton, Princeton University Press.
- O'Tuathail, G. & Dalby, S. (1998). *Introduction: Rethinking geopolitics: Towards a critical geopolitics*. London: Routledge.
- The Perceptions about Armenia's and Georgia's Policy towards Each Other among Two States' Youth. Myths and Reality. Yerevan: Political Science Association of Armenia (2015). Режим доступа <http://www.fes-caucasus.org/news-list/e/the-perceptions-about-armenias-and-georgias-policy-towards-each-other-among-two-states-youth-myths-and-reality/>
- Torney, D. (2014). External Perceptions an EU Foreign Policy Effectiveness: The Case of Climate Change. *Journal of Common Market Studies*, 52 (6), 1358–1373.

Статья поступила в редакцию 10.10.2018

Статья принята к публикации 26.11.2018

*Для цитирования:* Самаркина И.В., Атанесян А.В. Европа как значимый другой в формировании национально-государственной идентичности российской и армянской молодежи. — Южно-российский журнал социальных наук. 2018. Т. 19. № 4. С. 109–129.

## EUROPE AS SIGNIFICANT OTHER IN SHAPING THE NATIONAL AND STATE IDENTIFICATION OF THE RUSSIAN AND ARMENIAN YOUNG PEOPLE

I. V. Samarkina, A. T. Atanesyan

Irina V. Samarkina, Kuban State University, Stavropol'skaja St., 149, Krasnodar, 350040, Russia. E-mail: smrkn@mail.ru. ORCID 0000-0002-0205-8543

Artur V. Atanesyan, Yerevan State University, Alek Manukyan St., 1, Yerevan, 0025, The Republic of Armeniya. E-mail: atanesyan@yandex.ru. ORCID 0000-0001-8458-2447

**Abstract.** The article presents the results of a comparative research on how Russian and Armenian youth perceive Europe. The research is aimed at determining the role of geopolitical images in national and state identity shaping, as part of the politics' subjective space. The study of the subjective space components is based on the model of social perception which takes into account peculiarities of political (geopolitical) objects' perception. The main strategy in collecting and analyzing the data is the qualitative research strategy that allows the authors to reveal the content of the observable image with the help of social and psychological methodology. The comparative approach used in the research has made it possible to reveal the general and the special in the content and the functions of the geopolitical image (the image of Europe) as part of the politics' subjective space. The novelty of the authors' findings consists in identifying the mechanisms that generate the components of the politics' subjective space (i.e. conceptions with regard to one's own country, geopolitical images, national and state identity) and in demonstrating how they interact. It is shown that the image of Europe functions as significant Other on the political map of Russian and Armenian young people. Objective, subjective and communicative parameters of Europe's image perception are singled out. It is shown that Europe is perceived as a multilevel, complex, cognitively diverse and ambivalent space which includes socio-cultural, political and socio-economic aspects. The structure of Europe's image with its core and periphery is described. Europe's place within the system of other geopolitical images has been located. Disassociating and integrating factors which determine Europe's place as Other within the system "Us-Them" are described. The research has revealed the specificity of Europe's and the Europeans' image perception by Russian and Armenian youth that unveils different manifestations of their interest in Europe within the frameworks of trivial and professional cognition; it has also dwelt upon the multiplicity of views and a variety of attitudes towards Europe and the Europeans; besides, it analyzed similarities and differences in judgments and opinions of young residents of Erevan and Krasnodar in relation to the explored phenomena. It is shown that the image of Europe in both countries performs a very important function of the Significant Other in shaping the national and state identity. The research has revealed the positive / neutrally positive attitudes in relation to Europe dominating in youth environment; peculiarities of the young Russians' attitude to Europe have been emphasized. The ascertained = models of the way Europe is perceived by the young people of both countries (We are Europe; We are not Europe yet; We are a unique cultural space) and the pithiness of the models are described in detail.

**Keywords:** subjective space of politics, political map of the world, Europe, Russia, Armenia, national and state identity, significant Other

DOI: 10.31429/26190567-19-4-109-129

## References

- Atanesyan, A. V. (2008) *Aktual'nyje problemy sovremennykh politicheskikh i konfliktnykh kommunikatsij* [Topical Problems of Present-day Political and Conflicting Communications]. Erevan: Izd-vo Erevanskogo gosudarstvennogo universiteta.
- Chaban, N., Elgstrom, O., Kelly, S. & Yi, L. (2013). Images of the EU beyond its Borders: Issue-Specific and Regional Perceptions of European Union Power and Leadership. *Journal of Common Market Studies*, 51 (3), 433–451.

- Castells, M. (2016) *Vlast' komunikatsii* [The Power of Communication]. M.: Izdatel'skij dom vysshei shkoly ekonomiki.
- Davyborets, E. N. (2015). Rol' faktorov subjektivnogo vospriyatija objekta v formirovanii obraza gosudarstva [Role of the Factors of an Object's Subjective Perception in Shaping the Image of the State]. *Vestnik ZabGU* [ZabGU Bulletin], 10 (125), 41–49.
- Erikson, E. (2006). *Identichnost': junost' i krizis* [Identity: Youth and Crisis]. M.: Flinta.
- Evtushenko, A. S., Sazantovitch, A. B., Samarkina, I. V. (2016). Evropa v vospriyatii sosedej: problemy, metodiki i resul'taty sovremennykh zarubezhnykh issledovanij [Europe in Perception of her Neighbors: Problems, Methods and Results of Contemporary Foreign Researches]. *Chelovek. Soobshchestvo. Upravlenije* [Human. Community. Management], 4, 45–61.
- Evtushenko, A. S., Sazantovitch, A. B., Samarkina, I. V. (2016). Sovremennyye zarubezhnyye issledovaniya vospriyatija Evropy: problemy, metodiki, resul'taty [Present-day Foreign Research in How Europe is Perceived: Problems, Methodology, Results]. *Srednerusskij vestnik obshchestvennykh nauk* [Central Russia Bulletin], 6, 143–154.
- Jervis, R. (1976). *Perception and Misperception in International Politics*. Princeton, Princeton University Press.
- Kisel'gov, I. Yu., Smirnova, A. G. (2006). *Dinamika obraza gosudarstva v mezhdunarodnykh otnosheniyakh* [Dynamics of a State's Image in International Relations]. SPb.: Izd-vo SPbGU.
- Kostjaev, S. S. (2015). Imidzh Rossii v USA: Analiz eksogennykh i endogennykh faktorov [Russia's Image in the USA: Analysis of Exogenous and Endogenous Factors]. *Gumanitarnye nauki. Vestnik Finansovogo Universiteta* [Financial University Bulletin: Humanities], 2 (28), 14–21. DOI: 10.12737/11592
- Narbut, N. P., Trotsuk, I. V. (2011). Obrazy stran-sosedej v vospriyatii studencheskoj molodjozhi (po resul'tatam sotsiologicheskikh issledovanij) [Images of Neighboring Countries in Young Students' Perception (Based on the Results of Sociological Researches)]. *Vestnik RUDN Seriya Sotsiologija* [RUDN Bulletin: Sociology], 4, 109–117.
- O'Tuathail, G. & Dalby, S. (1998). *Introduction: Rethinking geopolitics: Towards a critical geopolitics*. London: Routledge.
- Pishcheva, T. N., Vinogradova, N. S., Nedova, A. D. (2010). Obraz Rossii pod uglom zrenija politicheskikh kommunikatsij [The Image of Russia in Political Communication]. *Polis. Politicheskije issledovaniya* [Polis. Political Studies], 4, 107–108.
- Samarkina, I. V. (2017) Sub'ektivnoje prostranstvo politiki [The Subjective Space of Politics]. In I. S. Semenenko (Ed.) *Identichnost': Lichnost', obshchestvo, politika. Entsiklopedicheskoye izdaniye* [Identity: Personality, Society, Politics. Encyclopedic Edition] (pp. 380–385). M.: Ves' Mir.
- Samarkina, I. V., Morozova, E. V., Miroshnichenko, I. V. (2018). Vospriyatije Evropy v molodjozhnoj srede v kontekste novykh realij mirovoj politiki (na materialach Krasnodara) [Perception of Europe by Young Audiences in the Context of New Realias of World Politics (as Exemplified by Krasnodar)]. *Polis. Politicheskije issledovaniya* [Polis. Political Studies], 3, 110–129. DOI: 10.17976/jpps/2018.03.08
- Semenenko, I. S., Lapkin, V. V., Pantin, V. I. (2006). Obraz Rossii na zapade: dialektika predstavlenij v kontekste mirovogo razvitiya. K postanovke problem [Russia's Image in the West: Dialectics of Notions in the Context of World Development. Problem Statement]. *Polis. Politicheskije issledovaniya* [Polis. Political Studies], 6, 110–124.
- Shestopal, E. B. (2008). Obraz i imidzg v politicheskom vospriyatii: aktual'nyye problemy issledovaniya [Appearance and Image in Political Perception: Topical Problems of the Research]. In E. B. Shestopal (Ed.) *Obrazy gosudarstv, natsij i liderov* [The Image Data of States, Nations and Leaders] (pp. 8–24). M.: Aspekt Press.
- Shestopal, E. B. (2012). *Psikhologija politicheskogo vospriyatija v sovremennoj Rossii* [Psychology of Political Perception in Present-day Russia]. M.: POCCPEN.

- Shestopal, E. B., Gubchenko, V. A., Dzhamaludinov, Sh. Z., Dzhgamadze, K. B. & Tumysov, I. A. (2016). *Obrazy Evrosojuza v Rossii: problemy vosprijatija* [The Image Data of the EU in Russia: Problems of Perception]. Polis [Polis], 3, 12–24.
- The Perceptions about Armenia's and Georgia's Policy towards Each Other among Two States' Youth. Myths and Reality. Yerevan: Political Science Association of Armenia (2015). Retrieved from <http://www.fes-caucasus.org/news-list/e/the-perceptions-about-armenias-and-georgias-policy-towards-each-other-among-two-states-youth-myths-and-reality/>
- Torney, D. (2014). External Perceptions an EU Foreign Policy Effectiveness: The Case of Climate Change. *Journal of Common Market Studies*, 52 (6), 1358–1373.
- Vedernikova, M. I. (2016) Objektivnyje I subjektivnyje factory vosprijatija imidzha Rossii v EC [Objective and Subjective Factors of Russia's Image Perception in the EU]. *Vestnik RUDN Serija Politologija* [EU. RUDN Bulletin: Politology], 2, 53–60.
- Zinchenko, Ju. P., Matvejeva, L. V. (Eds.) (2008). *Obraz Rossii v strane i za rubezhom: gumanitarnoje izmerenije* [The Image of Russia at Home and Abroad: Humanitarian Approach]. M.: Izdatel'stvo MGU.

Received 10.10.2018

Accepted 26.11.2018

*For citation:* Samarkina I. V., Atanesyan A. T. Europe as Significant Other in Shaping the National and State Identification of the Russian and Armenian Young People.— *South-Russian Journal of Social Sciences*. 2018. Vol. 19. No. 4. Pp. 109-129.

© 2018 by the author(s). This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).