

ПОЛИТИЧЕСКИЕ ИНСТИТУТЫ, ПРОЦЕССЫ И ТЕХНОЛОГИИ

ВОСПРИЯТИЕ ОБРАЗА ЕВРОПЫ РОССИЙСКИМИ СТУДЕНТАМИ: «ПЕРЦЕПТИВНЫЕ ФИЛЬТРЫ»¹

Морозова Елена Васильевна, доктор философских наук, профессор
Кубанский государственный университет
Российская Федерация, 350040, г. Краснодар, ул. Ставропольская, 149
E-mail: morozova_e@inbox.ru

В статье интерпретируются итоги исследования «Восприятие Европы в молодежной среде в контексте современных геополитических трансформаций». Основным методом сбора эмпирической информации была фокусгрупповая дискуссия с участием различных групп студенчества Краснодара. Для оценки и концептуализации полученных данных результаты обсуждались с 15 экспертами. Исследование позволило выделить основные контекстные, коммуникативные и субъектные факторы, а также оценить их влияние на восприятие образа Европы современной российской молодежью. Наиболее важным «перцептивным фильтром», влияющим на «сердцевину» образа Европы в восприятии респондентов, является система образования. Несмотря на все зигзаги внешнеполитического курса, она сохраняет свою европоцентричную направленность, как в организации, так и в содержании образовательного процесса на различных уровнях. Что касается периферийных компонентов, то в их формировании важнейшую роль играют ресурсы интернета, особенно такие, как социальные сети, блоги, стоки и онлайн-игры. Традиционные СМИ роль «перцептивного фильтра» в молодежной аудитории практически утратили. Исследование выявило существующий поколенческий разрыв в восприятии образа Европы, и он в значительной мере обусловлен характером личного опыта знакомства с европейскими странами.

Ключевые слова: образ Европы, факторы восприятия, «перцептивные фильтры», поколенческий разрыв

THE PERCEPTION OF EUROPE IMAGE AMONG RUSSIAN STUDENTS: “PERCEPTUAL FILTERS”

Morozova Elena V., D.Sc. (Philosophy), Professor
Kuban State University
149 Stavropolskaya Str., Krasnodar, 350040, Russian Federation
E-mail: morozova_e@inbox.ru

The article reveals the results of the project “The perception of Europe among young people in the context of current geopolitical transformations”. A focus group discussion was the main method of gathering empirical information. To assess and conceptualize the data obtained, the results were discussed with 15 experts. The study made it possible to identify the main contextual, communicative and subject factors, as well as assess their impact on the perception of Europe by modern Russian youth. The most important “perceptual filter” affecting the “core” image of Europe is Russian system of education. Despite all the zigzags of the foreign policy course, it retains its Eurocentric orientation, both in organization and in content of educational process at various levels. As far as peripheral components are concerned, Internet resources play a crucial role in their formation, especially such as social networks, blogs, drains and online games. Traditional media have practically lost the role of

¹ 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) (The work was carried out within the framework of the project “Perceptions of Europe in the youth environment in the context of modern geopolitical transformations (on materials of Krasnodar and Yerevan)” (RFBR grant No. 16-23-20001)).

"perceptual filter" in the youth audience. The study revealed the existing generational gap in the perception of Europe, and it is mostly connected with the nature of personal experience.

Keywords: image of Europe, perception factors, «perceptual screens», generation gap

В условиях масштабных геополитических изменений важным становится изучение субъективного пространства политики и механизмов его конструирования, определяющих образы политических субъектов / государств и результаты их восприятия различными социальными общностями. Субъектная оптика восприятия Европы в данном эмпирическом исследовании рассматривается с позиции студенческой молодежи. Основным методом сбора эмпирической информации была фокусгрупповая дискуссия с участием студенческой молодежи г. Краснодара. В 2016–2017 гг. были проведены 8 фокус-групп с представителями студенчества. Для стимулирования дискуссии применялся ряд методик: проективный рисунок, методика неоконченных предложений, картографирование, методика семантического дифференциала, шкалирование. Для оценки и концептуализации полученных данных результаты обсуждались с экспертами. Всего было проведено 15 экспертных интервью с представителями академической науки, практиков в сфере международных отношений, молодежной политики, туристического бизнеса (европейского направления). Блоки вопросов, касающиеся влияния различных факторов на восприятие образа Европы, были включены как в топик-гайды фокусгрупповых дискуссий, так и в вопросники экспертных интервью. Наиболее информативными оказались интервью с представителями сферы образования, включёнными в осуществление международных образовательных программ.

Предложенная в исследовании объяснительная модель образа Европы позволяет охватить не только сложность, многомерность и взаимообусловленность его структурных элементов, но и оценить систему факторов, влияющих на восприятие этого образа.

Роли образов и имиджей государства посвящён значительный пласт отечественной научной литературы [6; 8; 9; 12 и др.], часть её была издана в 2010-х гг., когда проблема развития «мягкой силы» государства была актуализирована в российском внешнеполитическом дискурсе, а исследования этой проблемы получили грантовую поддержку отечественных научных фондов. В основном внимание авторов привлекали вопросы структуры имиджа и технологии его формирования, проблемы восприятия оставались на периферии исследовательских интересов. Одним из немногочисленных исключений стали труды научной школы политической психологии под руководством Е.Б. Шестопаля [13], в которых закономерности восприятия политических образов оказались «ядром» многочисленных исследовательских проектов. Ряд авторов, изучавших факторы восприятия политических образов [1; 3; 7], предложили свои варианты их классификации: в основном, если опустить детали, речь идёт о выделении внешних / внутренних, или эндогенных / экзогенных групп факторов. Наиболее удачной нам представляется классификация, предложенная Е.Б. Шестопаля и её соавторами [14], предполагающая выделение контекстных, коммуникативных и субъектных факторов. Её мы и использовали при интерпретации полученного эмпирического материала. Важно, что авторы сконцентрированы на взаимном восприятии не отдельных стран, а групп стран. Они подчеркивают, что специфика такого группового восприятия и его контекста отличается по своим психологическим механизмам от восприятия лидеров или государств [14].

Весьма продуктивным при интерпретации полученных эмпирических результатов оказалось использование введённого Е.В. Егоровой-Гантман понятия «перцептивного экрана» [4], который, по мнению автора, «не только по-своему компокует детали картинок, которые возникают в ходе политического восприятия, он расставляет акценты в ситуации, подчас изменяя ее до неузнаваемости. Все виды образов, стереотипов, установок и системы убеждений, составляющие перцептивный экран, находятся в постоянном взаимодействии, и поэтому перцептивный экран нельзя рас-

смагивать как нечто статическое» [4, с. 138]. Как видим, к данному явлению отнесены главным образом факторы, характеризующие субъект восприятия и его рефлексию. Чтобы расширить метафору и распространить её на факторы, находящиеся вне субъекта, мы будем употреблять термин «перцептивные фильтры».

Контекстные факторы включают совокупность внешне- и внутривнутриполитических событий, которые влияют на восприятие образа Европы. По количеству упоминаний участниками фокусгрупповых дискуссий лидируют Брексит и миграционный кризис в Европе.

«В связи с Брекситом Великобритания отделяется, и у неё другое теперь сознание, и они уже к Европейскому союзу не относятся, мне кажется, что их уже нельзя отнести к Европе».

«На протяжении многих лет существования Европы англичане не считали себя Европой, единой частью Европы. Они всегда говорили, что у них там, на континенте. То есть они изначально выставляли себя как отдельный остров – государство, можно сказать даже цивилизацию».

«События, связанные с миграцией, также влияют на то, что там повысилась преступность, потому что не все же святые приехали».

На эти же контекстные факторы обратили внимание и эксперты:

«Недавно вернулась студентка из Италии, я ей рассказывала о соборе святых ангелов и мучеников, который находится в Риме. Я ей рассказывала, что это потрясающий храм, что если вы это увидите, то у вас замрет сердце. Приехала из Италии, она показалась мне разочарованной, сказав, что из этого храма устроили место сбора беженцев с железнодорожной станции, они там пережидали на чемоданах, они себя некрасиво вели, очень громко разговаривали, не обращая внимания на верующих».

Неоднократно участники дискуссий подчеркивали, что на их восприятие влияют недружественные действия самой Европы по отношению к России, введённые санкции, стереотипизированные образы русских, которые появляются в СМИ и кинематографе («вечно плохие»), а также агрессивная риторика политических лидеров европейских стран.

Анализ эмпирического материала выявил то, что мы назвали «ретроспективным контекстом». Речь идёт о дифференциации восприятия европейских стран, причём критериев выделения выявилось два: общее социалистическое прошлое и лингвистическая близость, принадлежность к славянской группе языков. Когда участники фокус-групп обсуждали вопрос, является ли Европа для них «своим», «другим» или «чужим», в большинстве случаев подчеркивалось, что европейские страны – «другие», но вот некоторые, отвечающие двум названным выше критериям, – «свои другие».

«Чехи... потому что раньше как-никак это был социалистический лагерь и собственно до сих пор не совсем люди проникли в европейские традиции». «Восточная Европа она “как бы Европа”, они ещё не полностью европейцы и не спешат в Европейский союз».

«Прибалтика, Белоруссия, Украина, Молдавия, – на мой взгляд, они сейчас воспринимаются именно так, как бывшие советские республики. Такой статус они имеют и, наверное, полноценной интеграции в Европу они не прошли, но судя по настроениям, они этого добиваются. На данный момент в нашем восприятии они воспринимаются именно как бывшие советские республики. От этого амплитуда они ещё не отошли».

«Я вспоминаю случай, когда русских паралимпийцев не пустили на Олимпиаду, и Белоруссия несла российский флаг, это к тому, что Белоруссию я отнесла ближе всего к России, не в том, что они всегда за нас, они помнят ту историю».

Немногочисленные, но выделяющиеся из общего строя высказывания участников дискуссий говорят о влиянии таких контекстных факторов, порождённых процессами глобализации, как глобальная трудовая миграция и даже неонацизм.

«Я просто общаюсь со специалистами из Европы и России именно в сфере IT и в сфере маркетологов, и для меня это тема одна и та же... Для меня картина одна и та же: максимальная мобильность – ноутбук и всё, ты готов к работе».

«Мы потихоньку в нашей работе европеизируемся и, зная славянское отношение к работе, в технологиях западных появляется совершенно другой гибрид, который нельзя ни к тому, ни к другому отнести».

Коммуникативные факторы связаны с влиянием на формирование образа Европы средств массовой информации (печатных, электронных, сетевых), являющихся мощными «перцептивными фильтрами». Мы также включили в «коммуникативный» блок вопросы о литературе и кинематографе, подразумевая, что данные виды искусства также могут выступать как ретрансляторы образа Европы или отдельных стран континента¹. Пропагандистский аппарат государств через подконтрольные СМИ и сетевые ресурсы актуализирует видение образов союзников и противников. В то же время многие люди, молодые люди в абсолютном большинстве, включены в процесс, который М. Кастельс назвал «массовой самокоммуникацией» [5]. Под последним понимается характерное для сетевого общества явление информационного просьюмеризма [10], когда потребитель и производитель новостей слиты в одном субъекте. Реальность сетевого общества – это «одновременное объединение всех форм коммуникации в многокомпонентный, интерактивный, цифровой гипертекст, который включает, смешивает и перераспределяет в их разнообразии всю сферу культурных представлений, передаваемых в ходе человеческого взаимодействия» [5, с. 73–76]. Прежде всего необходимо заметить, что в ходе дискуссий многократно высказывались оценочные суждения, повторяющие те, что прозвучали в политических ток-шоу «Первого канала». Когда же задавался вопрос о влиянии СМИ на позицию респондентов, большинство высказывали мнения, фиксирующие дефицит доверия официальным СМИ:

«Мне кажется, что то, что показывают в новостях, – это очень большая фильтрация идёт со стороны правительства и чего угодно, то есть они хотят позицию нам навязать».

«Ну, если слушать только СМИ, они недостаточно лицеприятную картину часто рисуют. Часто смотришь репортажи – они выбирают страну в Европе победнее, заезжают в какой-нибудь не очень хороший район и начинают рассказывать, что вот, Евросоюз ещё сюда не доходит... или ещё что-нибудь такое... Я считаю, что если человек образованный, грамотный, он может свою картинку составить. Нельзя же голословно говорить о том, что там всё плохо или всё так замечательно, радужно и хорошо».

«Пример показательный для меня был с Турцией. Турция сначала “в доску свои”, потом целый год прям вообще вот ужасно всё и вовсе не свои, по крайней мере, в медийном пространстве. И потом вдруг резко опять свои! Что может сложиться в голове у человека, если за год три позиции было».

Интернет как источник информации о Европе и европейцах получил в ходе фокусгрупповых дискуссий амбивалентные оценки, хотя данный канал по степени влияния на аудиторию, безусловно, превосходит традиционные СМИ. Как оказалось, наибольший вклад в формировании образа Европы у наших респондентов вносят социальные сети, онлайн-игры, видеоблоги и стоки:

«Интернет я воспринимаю как большой склад всего подряд, то есть там есть и та же правда, и ложь, и пропаганда».

«А по поводу социальных сетей, мне кажется, они делают огромный плюс по поводу восприятия Европы. Потому что стирают границы общения. Если ты зна-

¹ Как выяснилось позже, знанием европейской литературы и кинематографа могли похвастаться буквально единицы студентов. Остальные в лучшем случае довольствуются просмотром последних европейских телесериалов на “YouTube”.

ешь хотя бы базовый уровень английского языка, ты можешь написать любому человеку из Европы, ты можешь общаться с людьми, сидя себе дома, и это прекрасно, потому что общение с человеком, который живёт в другой стране. В этом плане социальные сети очень здорово помогают».

«Вот блогосфера. Например, человек русский живет за границей и рассказывает о своей жизни. Его зрители воспринимают Европу только через его призму. Или наоборот, европеец, который приехал в Россию, или, например, учит русский язык, хочет отношений с российскими людьми, Европа тоже воспринимается через этого человека».

«Очень часто молодые люди играют в игры онлайн и часто общаются с людьми из Америки, Европы и т.д., это помогает сгладить все эти стереотипы... когда попадают иностранцы, ты понимаешь, что все они адекватные и все они в принципе такие же люди, вы почти ничем не отличаетесь, абсолютно».

Субъектные факторы связаны с отражением в образе Европы потребностей и мотивов, знаний, стереотипов и эмоций самих молодых людей, их статусных характеристик и жизненного опыта. Фокусгрупповые и экспертные интервью показали, что наибольшую роль играют такие факторы, как характер образования, опыт собственного пребывания в европейских странах и общения с европейцами, влияние семьи и опыт трудовых отношений в иностранных компаниях.

Респонденты подчеркивали значение качественного гуманитарного образования («чем лучше ты знаешь историю, тем меньше ведешься»). В наборе персонифицированных идентификаторов также легко угадывалось профессиональное образование участников фокус-групп. Так, студенты-биологи назвали Пастера и Ламарка, физики – Резерфорда и Борна, а политологи – Вебера и Макиавелли.

Опыт пребывания в европейских странах является сильным «перцептивным фильтром», но его влияние в значительной степени зависит от целей поездки и длительности пребывания за рубежом. Туристические кратковременные поездки, как правило, лишь закрепляют стереотипы, в то время как опыт работы или стажировки позволяет увидеть не только отлакированные картинки, но и реальные проблемы.

«На мой взгляд, один из главных факторов: сколько денег у тебя в кармане. Если ты туда едешь жить, за себя платить, вести какой-то бизнес, инвестиции вкладывать, тебя примут с распростертыми объятиями. А если ты приехал туда бедный или в качестве беженца, к тебе будут относиться как ко второму сорту или как у нас относятся к выходцам из Средней Азии».

«В туристических местах всё прекрасно, но если ты отходишь несколько кварталов от туристических мест и общаешься с местными жителями или достаточно долго живешь, то понимаешь, что там тоже есть свои проблемы».

«Есть люди, которые могут ассимилироваться и стать как они, а есть люди, которые представляют, откуда они родом и любят свою страну. Вот таким людям очень сложно. Лично для меня Европа, то есть, как показал опыт моих друзей, – это страна, где все хорошо, но чтобы устроиться на работу, они сначала будут смотреть своих, потом арабов, потому что они им исторически должны, и потом только тебя».

«У студентов, которые еще не были в Европе, их представления будут похожи на пастораль, когда все идеально, все прекрасно и все так, как надо, в отличие от той страны, где живет студент. Люди, которые попадают туда, возвращаясь обратно, всегда говорят: "Ну, да, у всех есть свои проблемы. Не так все хорошо, как нам думалось, до того момента, пока мы не попали в эту страну"».

К опыту старших поколений молодежь относится достаточно критично. Поколение дедушек и бабушек представляется студентам объектом пропаганды, лишенным возможности увидеть все своими глазами и сформулировать собственные выводы. В то же время свидетельства какого-то отношения родителей к Европе (отец увлекался европейской рок-музыкой, родственники служили в советской группе

войск в Германии и др.) представляются молодым людям значимыми и даже влияющими на их собственную позицию.

«Наши дедушки и бабушки жили еще в Советском Союзе, когда была достаточно сильна пропаганда, им навязывался образ такого врага, но сейчас мы видим, что это не такой уж враг, и мы сотрудничаем по разным аспектам».

«У меня, наверное, восприятие Европы чуть-чуть похуже даже, чем у моих родителей. Например, они хотели бы, чтобы я училась там, а я – чтобы здесь. Ну, потому, что они ездят туда отдыхать. А я там училась, и у меня уже более полное представление о Европе».

В ходе экспертных интервью выяснилось, что достаточно часто случайные факторы, имеющие отношение к значимым событиям в жизни молодых людей, становились тем самым «перцептивным фильтром» восприятия образа Европы. Для одного из респондентов самым «своим» из европейских стран оказалась Румыния. Оказалось, что во время длительного пребывания этого человека в одной из европейских стран малознакомые соседи-румыны дали ему крупную сумму денег, чтобы оплатить экстренную операцию внезапно заболевшему ребенку.

Стоит также отметить, что характер самоидентификации молодых людей является важным фактором формирования их отношений к Европе.

«У меня есть знакомые европейцы, русские, которые европейцы, вот я себя причислить к ним не могу. Такой варвар».

«Если взять образ европейцев, России и стран Азии, то здесь можно сказать что мы больше европейцы, потому что наши ценности и культура гораздо ближе к Европе, чем к странам Востока».

Характерным является высказывание одного из участников дискуссии, которое иллюстрирует понимание самими молодыми людьми связи собственных ценностей и жизненных ориентаций и восприятия других стран, их экзистенциальную позицию: *«Я считаю, что только ты можешь исправить то, что есть. И если ты даже уедешь в Европу, все твои же проблемы уедут с тобой».*

Наше исследование показало, что наиболее важным «перцептивным экраном», влияющим на «сердцевину» образа Европы в восприятии респондентов, является система образования. Несмотря на все зигзаги внешнеполитического курса, она сохраняет свою европоцентричную направленность в организации и содержании образовательного процесса на различных уровнях. Что касается периферийных компонентов, то в их формировании важнейшую роль играют ресурсы интернета, особенно такие, как социальные сети, блоги, стоки и онлайн-игры. Традиционные СМИ роль «перцептивного экрана» в молодёжной аудитории практически утратили.

Исследование выявило существующий поколенческий разрыв в восприятии образа Европы, и он в значительной мере обусловлен характером личного опыта знакомства с европейскими странами. Поколение дедушек и бабушек в большинстве своем воспроизводит стереотипы советского времени, поколение родителей, осваивающее Европу в качестве туристов, менее критично по отношению к социальным и политическим практикам европейцев, а молодые люди, имеющие опыт длительного пребывания в европейских странах на работе или учебе, быстро избавляются от комплекса стереотипов, их оценки рациональны и достаточно критичны.

Список литературы

1. Ведерникова М. И. Объективные и субъективные факторы восприятия имиджа России в ЕС / М. И. Ведерникова // Вестник РУДН. Сер. Политология. – 2016. – № 2. – С. 53–60.
2. Восприятие Европейских стран в России // Актуальные проблемы Европы. – 2016. – № 2. – 223 с.
3. Давыборец Е. Н. Роль факторов субъективного восприятия объекта в формировании имиджа государства / Е. Н. Давыборец // Вестник ЗабГУ. – 2015. – № 10 (125). – С. 41–49.
4. Егорова-Гантман Е. В. Политическая реклама / Е. В. Егорова-Гантман, К. В. Плешаков. – Москва : Никколо М, 1999. – 240 с.

5. Кастельс М. Власть коммуникации / М. Кастельс ; Высшая школа экономики. – Москва : Высшая школа экономики, 2016. – 579 с.
6. Киселев И. Ю. Динамика образа государства в международных отношениях / И. Ю. Киселев, А. Г. Смирнова. – Санкт-Петербург : СПбГУ, 2006. – 376 с.
7. Костяев С. С. Имидж России в США: анализ экзогенных и эндогенных факторов / С. С. Костяев // Вестник Финансового университета. Гуманитарные науки. – 2015. – № 2 (18). – С. 14–21. – DOI 10.12737/11592.
8. Нарбут Н. П. Образы стран-соседей в восприятии студенческой молодежи (по результатам социологических исследований) / Н. П. Нарбут, И. В. Троцук // Вестник РУДН. Сер. Социология. – 2011. – № 4. – С. 109–117.
9. Образ России в стране и за рубежом: гуманитарное измерение / под общ. ред. Ю. П. Зинченко, Л. В. Матвеевой. – М., 2008.
10. Плотичкина Н. В. Просьюмеризм как политическая практика / Н. В. Плотичкина // Вестник Российского университета дружбы народов. Сер. Социология. – 2013. – № 3. – С. 66–79.
11. Психология политического восприятия в современной России / под ред. Е. Б. Шесто-пал. – Москва : РОССПЭН, 2012. – 423 с.
12. Семенов И. С. Образ России на Западе: диалектика представлений в контексте мирового развития. К постановке проблемы / И. С. Семенов, В. В. Лапкин, В. И. Пантин // Полис. – 2006. – № 6. – С. 110–124.
13. Шестопап Е. Б. Образ и имидж в политическом восприятии: актуальные проблемы исследования / Е. Б. Шестопап // Образы государств, наций и лидеров / под ред. Е. Б. Шесто-пал. – Москва : Аспект Пресс, 2008.
14. Шестопап Е. Б. Образы Евросоюза в России: проблемы восприятия / Е. Б. Шестопап, В. А. Губченко, Ш. З. Джамалудинов, К. Б. Джамгадзе, И. А. Тумысов // Полис. – 2016. – № 3. – С. 12–24.

References

1. Vedernikova M. I. Obektivnye i subektivnye faktory vospriyatiya imidzha Rossii v ES [Objective and Subjective Factors of Perception of Russia's Image in the EU]. *Vestnik Rossiiskogo universiteta druzhby narodov. Seriya "Politologiya"* [RUDN Journal of Political Science], 2016, no. 2, pp. 53–60.
2. Vospriyatie Evropeyskikh stran v Rossii [Perception of European Countries in Russia]. *Aktualnye problemy Evropy* [Actual problems of Europe], 2016, no. 2, 223 p.
3. Davyborets E. N. Rol faktorov subektivnogo vospriyatiya obekta v formirovanii imidzha gosudarstva [Role of factors of subjective object perception in formation of the state's image]. *Vestnik ZabGU* [Gerald of Baikal State University], 2015, no. 10 (125), pp. 41–49.
4. Egorova-Gantman E. V., Pleshakov K. V. *Politicheskaya reklama* [Political advertising]. Moscow, Nikkolo M Publ., 1999, 240 p.
5. Kastells M. *Vlast kommunikatsii* [The power of communication: a manual]. Moscow, Vysshaya shkola ekonomiki Publ., 2016, 579 p.
6. Kiselev I. Yu., Smirnova A. G. *Dinamika obraza gosudarstva v mezhdunarodnykh otnosheniyakh* [Dynamics of a state image in international relations]. St. Petersburg, SPbSU, 2006, 376 p.
7. Kostyaev S. S. Imidzh Rossii v SShA: analiz ekzogennykh i endogennykh faktorov [Russia's image in the USA: analysis of endogenous and exogenous factors]. *Vestnik Finansovogo universiteta. Gumanitarnye nauki* [Humanities. Herald of Financial University], 2015, no. 2 (18), pp. 14–21, DOI 10.12737/11592.
8. Narbut N. P., Trocuk I. V. Obrazy stran-sosedey v vospriyatii studencheskoy molodezhi (po rezul'tatam sotsiologicheskikh issledovaniy) [Images of Neighboring Countries in the Perception of Students (Results of Sociological Studies)]. *Vestnik Rossiyskogo universiteta druzhby narodov. Seriya "Sotsiologiya"* [RUDN journal of sociology. Series "Sociology"], 2011, no. 4, pp. 109–117.
9. *Obraz Rossii v strane i za rubezhom: gumanitarnoe izmerenie* [Russia's image: home and abroad. Humanitarian dimension]. Ed. by Yu. P. Zinchenko, L. V. Matveeva. Moscow, 2008.
10. Plotichkina N. V. Prosyumerizm kak politicheskaya praktika [Prosumerism as political practice]. *Vestnik Rossiyskogo universiteta druzhby narodov. Seriya "Sotsiologiya"* [RUDN journal of sociology. Series "Sociology"], 2013, no. 3, pp. 66–79.
11. *Psikhologiya politicheskogo vospriyatiya v sovremennoy Rossii* [Psychology of political perception in modern Russia]. Ed. by E. B. Shestopal. Moscow, ROSSPEN Publ., 2012, 423 p.

12. Semenenko I. S., Lapkin V. V., Pantin V. I. *Obraz Rossii na Zapade: dialektika predstavleniy v kontekste mirovogo razvitiya. K postanovke problem [Russia's Image in the West: Dialectics of Ideas in the Context of the World Development (By Way of Posing the Problem)]. Polis [Political Studies]*, 2006, no. 6, pp. 110–124.

13. Shestopal Ye. B. *Obraz i imidzh v politicheskom vospriyatii: aktualnye problemy issledovaniya [Images in political perception: actual problems of studies]. Obrazy gosudarstv, natsiy i liderov [Images of states, nations and leaders]*. Ed. by Ye. B. Shestopal. Moscow, Aspekt Press Publ., 2008.

14. Shestopal Ye. B. Gubchenko V. A., Dzhamaludinov Sh. Z., Dzhgamadze K. B., Tumysov I. A. *Obrazy Evrosoyuza v Rossii: problemy vospriyatija [Images of EU in Russia: problem of perception]*. *Polis [Political Studies]*, 2016, no. 3, pp. 12–24.

МЕХАНИЗМЫ РЕШЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНО-ПРАВОВОГО СТАТУСА КАСПИЙСКОГО МОРЯ: ИСТОРИЯ СОЗДАНИЯ И ИТОГИ

Жильцов Сергей Сергеевич, доктор политических наук, заведующий кафедрой
Дипломатическая академия МИД РФ
Российская Федерация, 119992, г. Москва, Остоженка, 53/2
E-mail: sergej-z71@yandex.ru

Зонн Игорь Сергеевич, доктор географических наук, генеральный директор
Инженерный научно-производственный центр по водному хозяйству,
мелиорации и экологии «Союзводпроект»
Российская Федерация, 107005, г. Москва, ул. Бауманская, 43/1
E-mail: igorzonn@yandex.ru

Рожков Илья Станиславович, 3-й секретарь
Департамент стран СНГ МИД РФ
Российская Федерация, 119200, Москва, пл. Смоленская-Сенная, 32/34
E-mail: ilja_roschkow@mail.ru

Распад Советского Союза в 1991 г. привел к увеличению числа прикаспийских государств. Возникла необходимость пересмотра законодательной базы, регулирующей международно-правовой статус Каспийского моря. Прежние советско-персидские и советско-иранские соглашения, определяющие режим водоема, перестали отвечать интересам новых прикаспийских государств, поскольку не регулировали вопросы освоения и добычи углеводородных ресурсов, не учитывали экологические требования, которые необходимо было соблюдать в ходе разработки нефтегазоносных структур, и т.п. Принятые некоторыми прибрежными государствами в одностороннем порядке меры не нашли понимания и поддержки у остальных соседей, что обострило ситуацию в регионе и негативно повлияло на ход переговоров по выработке международно-правового статуса водоема в рамках существующей многосторонней площадки – Специальной рабочей группы на уровне заместителей министров иностранных дел прикаспийских государств (СРГ). В статье исследуются механизмы, которые формировались с момента распада СССР для решения проблемы международно-правового статуса Каспийского моря. Определяющую роль в данном процессе, наряду с СРГ, а также совещаниями министров иностранных дел прикаспийских стран по правовому статусу Каспийского моря, сыграли каспийские саммиты. Они сформировали устойчивые механизмы многостороннего взаимодействия в регионе, способствовали развитию отношений между государствами «каспийской пятерки». В работе рассмотрены итоги I Каспийского саммита в Ашхабаде и его позитивное влияние на сближение позиций сторон по «чувствительным» вопросам взаимодействия. Проанализированы положения совместной Декларации по итогам II Каспийского саммита в Тегеране, которая стала политическим ориентиром в каспийских делах до принятия базового юридического соглашения по правовому статусу водоема – Конвенции. Подчеркнуто положительное значение Соглашения о сотрудничестве в сфере безопасности на Каспийском море, принятого в ходе III Каспийского саммита в Баку, для утверждения статуса Каспия как моря мира, дружбы и добрососедства. Отмечен прорывной характер договоренностей лидеров