EU-STRAT

The EU and Eastern Partnership Countries
An Inside-Out Analysis and Strategic Assessment

Какого рода сообщения могут увеличить поддержку гражданами более тесного сотрудничества с Европейским Союзом?

Димитер Тошков, Гонората Мазепус и Антоанета Димитрова.

№ 9 | Апрель 2018

ЦИКЛ РАБОЧИХ ДОКЛАДОВ

Серия рабочих документов проекта EU-STRAT

Под редакцией проекта «ЕС и страны Восточного Партнерства - от внутреннего к внешнему анализу, а также стратегическая оценка» (EU-STRAT)

Цикл рабочих докладов EU-STRAT предназначен для распространения результатов исследований, проводимых научным консорциумом, и их донесения до более широких слоев общества. Данная работа способствует установлению и укреплению контактов внутри академического сообщества, а также его связей с политическими кругами по вопросам, относящимся к расширению ЕС сегодня и в будущем.

Все материалы EU-STRAT публикуются на сайте EU-STRAT: http://eu-strat.eu.

Правами на данный документ обладают: Димитер Тошков, Гонората Мазепус и Антоанета Димитрова

Помощь в редактировании и верстке (английской версии): Элисса Шиа

Перевод с английского на русский язык: Инна Ромашевская

Редактура (русская версия): Наталья Рябова

Димитер Тошков, Гонората Мазепус и Антоанета Димитрова: Какого рода сообщения могут увеличить поддержку гражданами более тесного сотрудничества с Европейским Союзом?, EU-STRAT Рабочий доклад №9, Апрель 2018 г., «ЕС и страны «Восточного партнерства» - глубинный анализ и стратегическая оценка» (EU-STRAT).

ISSN 2510-084X
Публикацию поддержал ЕС в рамках программы по исследованиям и инновациям «Горизонт 2020».

Freie Universität Berlin (Свободный университет Берлина)
EU-STRAT
«ЕС и страны «Восточного партнерства» -
От внутреннего к внешнему анализу»
Адрес: Ihnestr. 22
14195 Берлин (Berlin)
Германия (Deutschland)
Телефон: +49 30 838 57656
Факс: +49 30 838 55049
eustrat@zedat.fu-berlin.de
http://eu-strat.eu

Проект получил финансирование в рамках программы Европейского Союза по исследованиям и инновациям «Горизонт 2020». Грантовое соглашение № 693382.

Какого рода послания могут усилить поддержку гражданами более тесного сотрудничества с Европейским Союзом?

Димитер Тошков, Гонората Мазепус и Антоанета Димитрова

Аннотация

Это исследование направлено на изучение того, какие факторы могут повлиять на предпочтения граждан относительно более тесного сотрудничества с ЕС или Россией в трех странах, которые являются восточными соседями стран Европейского Союза: Беларуси, Молдове и Украине. Жители этих трех стран являются адресатами конкурирующих нарративов и политических установок о целях и результатах более тесного сотрудничества, источником которых являются ЕС и Россия. Вначале мы разовьём теоретические идеи об их возможном влиянии на общественные установки по поводу международного сотрудничества. Затем мы эмпирически исследуем эти идеи, используя опросный эксперимент, в котором шесть разных фреймов относительно международного сотрудничества закреплены в шести коротких описаниях («виньетках»). В них привлекается внимание к таким темам, как экономика, безопасность, ценности и идентичность, которые были разработаны на основании предыдущих исследований факторов, влияющих на международное сотрудничество. Этот эксперимент был реализован среди разнообразной и достаточно большой выборки граждан в трёх странах. Наш главный вывод заключается в том, что тематически нейтральные рамки международного сотрудничества обладают лишь очень ограниченным потенциалом прямого влияния на общественную поддержку сотрудничества с ЕС. В то же время, они в большей степени способны влиять на представления людей о результатах сотрудничества с тем или партнёром в том, что касается желаемых результатов, таких, как экономические преимущества, безопасность или хорошее управление. Эти представления позволяют с большой точностью предсказать индивидуальные предпочтения в выборе партнеров для международного сотрудничества. Дополняя результаты экспериментального исследования, мы также представляем анализ взаимоотношений между предпочитаемым медиа-источником новостных сообщений у участников эксперимента, и их предпочтениями в выборе партнера для международного сотрудничества. Далее, мы исследуем корреляты поддержки сотрудничества с ЕС с акцентом на потенциальную важность использования СМИ. Мы обнаружили, что среди лиц, использующих различные источники для получения новостей, которым они доверяют, не наблюдается значимых различий в уровне поддержки ЕС, исключая, возможно, Беларусь.

Авторы

Д-р Димитер Тошков является доцентом Института публичного администрирования на факультете управления и международной политики в Лейденском университете (Нидерланды). В число его научных интересов входят политика и управление в ЕС, сравнительная публичная политика и методология исследований. Его последние публикации исследуют влияние расширения ЕС на Восток на процессы принятия решений в ЕС, влиянием иммиграции на общественную поддержку европейской интеграции, и чувствительность проводимой ЕС политики к общественному мнению. В 2016 году, его книга «Дизайн исследований в политологии» была опубликована Palgrave Macmillan.

Д-р Гонората Мазепус является доцентом и постдокторантом на факультете управления и международной политики в Лейденском университете. Она работает в проекте EU-STRAT и специализируется на политической легитимности. Ее исследования направлены на изучение роли справедливости (распределительной и процедурной) в оценке политической власти гражданами в демократических и недемократических странах. Она получила докторскую степень в Лейденском университете, а также степени магистра политических наук Университета Бристоля и степень магистра международных отношений со специализацией на Восточной Европе в Познаньском университете.

Д-р Антоанета Димитрова является профессором сравнительного управления на факультете управления и международной политики в Лейденском университете (Нидерланды). Темами ее исследований, помимо прочего, являются расширение ЕС на Восток, отношения ЕС со странами Восточного партнерства, демократизация и административная реформа, координация разработки публичной политики в ЕС и реализация директив ЕС. Ее недавние публикации затрагивают такие вопросы, как внедрение правил ЕС в многоуровневых организациях, восприятие гражданами расширения ЕС и политика в области культурного наследия.

Содержание

1. Введение **6**

2. Теоретические основания: эффекты рамочных посланий **9**

3. Дизайн исследования **12**

3.1. Экспериментальные манипуляции и опросник *12*

3.2. Выборка *14*

4. Эмпирический анализ **15**

4.1. В чем должна заключаться сущность международного сотрудничества? *15*

4.2. Убеждения по поводу сотрудничества и фрейминг *16*

4.3. Условное влияние фреймов и убеждений по поводу предпочтений в международном сотрудничестве. *19*

4.4. Поддержка тесного сотрудничества с ЕС и предпочитаемые СМИ *25*

4.5. Корреляты и предикторы поддержки тесного сотрудничества с ЕС *30*

5. Заключение **35**

6. Литература **39**

Дополнительный материал **43**

Часть I Текст экспериментальных виньеток *43*

Часть II Выборка, проверка внимательности и манипуляции *45*

Часть III Описательная статистика *49*

1. Введение[1]

После пересмотра Европейской политики соседства (ENP) в 2015 году, политика Европейского Союза в отношении восточных соседей пережила значительную трансформацию. Соглашения об ассоциации (AA) с Молдовой, Украиной и Грузией, являющиеся в своем роде уникальными документами, в настоящее время вступили в силу. Заключение этих соглашений сопровождалось гораздо большими противоречиями и волнениями[2], чем какое-либо другое торговое соглашение в истории ЕС. Эффективность пересмотренной Политики соседства и Соглашений об ассоциации будет определяться, в значительной степени, не только фактическим успехом или провалом соответствующих инструментов, но также и способностью ЕС влиять на восприятие и оценку гражданами содержания этих соглашений. Более того, как следствие конкурентных геополитических процессов в регионе, а также целого ряда политических и экономических вызовов, с которыми сталкиваются эти государства, внешние акторы и проводимая ими политика имеет диспропорциональное большое влияние на национальное развитие. То, как воспринимаются эти акторы и каким образом они влияют на граждан через политику, которая ими коммуницируется, играет большое значение для региональной и национальной политической стабильности.

Коммуникации по поводу Политики соседства и Соглашений об ассоциации в значительной степени отличаются между, с одной стороны, ЕС и странами-членами, и Россией с другой. В частности, интерпретации событий в Украине на протяжении последних нескольких лет не были насколько поляризованными со времени окончания Холодной войны. Нарративы по поводу Майдана 2014 года и продолжающегося конфликта в сепаратистских регионах разительно отличаются, когда речь идет об европейских или российских СМИ.

Аналитики и комментаторы обнаружили существование российских организаций, призванных напрямую оказывать влияния на дебаты в Интернете, так называемых «фабрик троллей». ЕС реализовывает и разрабатывает целый ряд инструментов и мер для противодействия их деятельности, в частности, создание Отдела стратегических коммуникаций на Востоке (EastStrat Com) внутри Службы внешних действий (EEAS). Первоначальная оценка деятельности этого отдела была позитивной, следствием чего стало получение дополнительного финансирования в 2017 году. Дополнительно, в январе 2018 года под эгидой Европейской комиссии была создана Рабочая группа высокого уровня, в которую входили эксперты по фэйковым новостям (fake news). Хотя еще слишком рано оценивать результаты постоянно увеличивающегося числа подобных инициатив, а также повышенного внимания к кампании по дезинформированию, направленной на восточных соседей ЕС, подход, который мы использовали в нашем экспериментальном опросе, дает некоторое представление о том, какого рода послания - или темы - потенциально могут повлиять на поддержку гражданами более тесного сотрудничества с ЕС и/или Россией.

---

[1] Авторы хотели бы поблагодарить Иоанну Шостек и Лор Делькур за рецензирование данной работы, а также Мэтта Фрира и участников пятого заседания Политической психологии (26 октября 2017) за их полезные комментарии.

[2] В качестве примеров можно привести, с одной стороны, Майдан в Украине, и референдум относительно Соглашения об ассоциации в Нидерландах, с другой.

Исследуя, какого рода послания могут иметь влияние на предпочтения граждан относительно сотрудничества их стран с внешними акторами, мы опираемся на результаты предыдущих исследований. В частности, исследования различных аспектов «мягкой силы» (soft power) Евросоюза, проведённые в рамках EU-STRAT, показали, что коммуникация со стороны ЕС чаще всего была связана с определёнными событиями и личностями. На протяжении нескольких последних лет коммуникация со стороны ЕС была сфокусирована на демократии, экономике и реформах (в Украине), экономике и реформах (в Молдове) и на демократических принципах и правах человека (в Беларуси) (Dimitrova et al. 2016). Сами послания также варьировали от страны к стране, представляя собой смесь условий и требований. За исключением Беларуси, в посланиях ЕС шла речь о роли Евросоюза как «трансформирующей силы», цель которой - стимулировать реформы в странах-партнёрах через предъявление ряда условий (Grabbe 2015; Dimitrova et al. 2016). Послания ЕС также были достаточно официальными и безличными по своему стилю. Эта черта была особенно важна для проектирования представленного здесь экспериментального исследования.

Однако, подход ЕС с коммуницированию различных аспектов своей политики в регионе изменяется в ответ на понимание того, что Россия проводит широкомасштабную кампанию по дезинформации, направленную на страны в этом регионе (Galeotti 2016; Nimmo 2016; Pomeranzev and Weiss 2014). Для противодействия этой кампании по дезинформации организуются новые кампании и предпринимаются различные усилия. Например, в Молдове была организованы различные кампании в социальной сети (Facebook), в частности, кампания по противодействию коррупции под названием «Красная карточка против коррупции».[3] Предпринимались серьёзные усилия для того, чтобы сделать коммуникацию посредством социальных сетей более персональной, менее официальной и более близкой к опыту и ежедневным заботам граждан.

В то же время, несмотря на повышенное внимание исследователей к распространению фейковых новостей и дезинформации через социальные сети, точное влияние посланий, размещаемых в социальных СМИ, остаётся относительно неизвестным и с лёгкостью может быть переоценено. Мы должны помнить, что социальные сети и новости, размещаемые в Интернете, являются основным источником новостей только для более молодых граждан стран к востоку от ЕС. Значительная часть населения, включая людей среднего возраста, продолжает узнавать о новостях по телевидению, будь то государственные или частные каналы. Остаётся, однако, вопрос - какие послания относительно ЕС доходят до граждан в настолько политизированном медиа-ландшафте?

В рамках предыдущих исследований EU-STRAT мы проводили мониторинг новостей в Беларуси, Молдове и Украине и обнаружили значительные различия в посланиях и представляемых темах в этих трёх странах (Dimitrova et al. 2017). В Беларуси новости про ЕС включали в себя негативные, позитивные и сбалансированные репортажи, но новости о России были по большей части позитивными. Россия гораздо чаще фигурировала в репортажах на экономические темы, чем ЕС, в то время как ЕС зачастую представлялся в качестве актора, страдающего от мультикультурализма и терроризма.

В Украине, напротив, о России в новостях рассказывали главным образом в негативном ключе, как и ожидалось. О ЕС рассказывали более в нейтральном ключе, нежели в позитивном. Когда в новостях затрагивалась тема безопасности, в Молдове чаще рассказывали о России, однако освещение не было

[3] См. http://parc.md/en/campaign-red-card-for-corruption/.

позитивным с учётом того, что темой репортажей становился замороженный конфликт в Приднестровье (Dimitrova et al. 2017: 30-38).

Данная работа объединяет все эти выводы и наблюдения и использует их в качестве основания для исследования того, каким образом граждане этих трёх стран воспринимают коммуникацию и те послания, которые до них доходят.

Мы разработали опросный эксперимент, в котором темы интеграции и геополитики были представлены в виде рамок и представлены участникам. Этот эксперимент был интегрирован в более широкое исследование убеждений и отношения к сотрудничеству с различными внешними акторами, в частности, к ЕС и России. Данные рамки были представлены в виде коротких текстов («виньеток») и фокусировались на таких темах, как экономика, безопасность, управление, традиционные и либеральные ценности. Выбор тем основывался на существующих исследованиях и предыдущих научных трудах, выводы которых говорили о том, что эти темы значимы для граждан, а также содержатся в документах и посланиях как со стороны ЕС, так и со стороны России. Будут ли упоминания об этих ключевых аспектах сотрудничества и региональной интеграции способом изменить мнение граждан о том, с какими региональными акторами их правительствам стоит взаимодействовать более тесно?

В дополнение, мы провели анализ связи между тем, какие новостные источники предпочитают люди в Беларуси, Молдове и Украине, и их предпочтениями в отношении партнёров для международного сотрудничества. Более того, мы изучаем корреляты поддержки сотрудничества с ЕС с упором на потенциальную важность использования СМИ, политическое знание и интерес к европейской политике.

Результаты этих трёх аспектов исследования привели нас к следующим выводам. Во-первых, тематические, нейтральные рамки международного сотрудничества обладают крайне ограниченным потенциалом прямого влияния на поддержку гражданами сотрудничества с ЕС. Во-вторых, представления людей о положительных сторонах сотрудничества с различными партнёрами, а также их представления о том, к каким результатам приведет сотрудничество с тем или иным партнёром, с большой вероятностью предсказывают, сотрудничество с каким партнёром они будут поддерживать. В-третьих, некоторые из рамок, в особенности касающиеся экономики, безопасности и ценностей, обладают потенциалом влиять на соответствующие убеждения, и в результате, опосредованно влиять на подлежащие предпочтения относительно сотрудничества. В-четвёртых, мы не обнаружили никаких явных различий в уровне поддержки ЕС среди людей, использующих разные источники новостей. Исключением является Беларусь, где граждане, использующие социальные СМИ и Интернет-источники, а также те, кто использует частные, а не государственные каналы для получения новостей, чаще поддерживают более тесное сотрудничество с ЕС. Наконец, мы обнаружили сильную и последовательную связь между убеждениями людей относительно влияния международного сотрудничества на экономику, безопасность, нормы управления и ценностями с одной стороны, и поддержкой сотрудничества с ЕС, с другой. Как только эти убеждения принимаются во внимание, даже наиболее значительные различия в среднем уровне поддержки в Украине, Беларуси и Молдове практически нивелируются.

2. Теоретические основания: эффекты рамочных посланий

В основе нашего исследования лежит предположение о том, что индивидуальные предпочтения относительно международного сотрудничества не являются непоколебимыми, но, напротив, изменчивы и до определённого предела подвержены влиянию убеждения, информации и фреймов. Предпочтения зачастую формируются в ситуации неполного информирования. Информация и коммуникация может увеличить или снизить значение того или итого фактора, а также может изменить представление об актуальности более специфических (политических) факторов. В коммуникации, фреймирование того или иного политически важного вопроса является хорошо известным фактором, влияющим как на политические решения, так и на общественное мнение (Boräng et al. 2014; Entman 1991, 1993).

Фрейминг часто определяют, как подчеркивание отдельные аспектов темы или проблемы, таким образом увеличивая их привлекательность, или, в более широком смысле, подчеркивание отдельных аспектов реальности, в то же время опуская другие (Entman 1993: 53; Druckman 2004). Даже небольшие изменения в контексте фрейминга (или в способе, каким описывается та или иная проблема) могут привести к изменению в предпочтениях или приемлемости тех или иных решений (Tversky and Kahneman 1985). Исследования фреймов (визуальных и вербальных) показывают, что фреймы могут влиять на то, как индивиды воспринимают и понимают ту или иную проблему, а также уровень поддержки политического объекта (Iyengar 1994; Nelson and Kinder 1996; Maier et al. 2012). Различные фреймы могут дать преимущество (или наоборот) различным акторам, а также снизить или увеличить поддержку сотрудничества с ними. Более того, было показано, что фреймирование ситуации может оказать влияние на то, как индивиды, живущие в каком-либо историческом или культурном контексте, видят и оценивают результаты такого сотрудничества (Koford 2003).

Опираясь на важные результаты относительно эффектов фрейминга в нескольких предметных полях, мы изучили, *как различное фреймирование международного сотрудничества может повлиять на предпочтения граждан по поводу сотрудничества с ЕС и Россией*. Вслед за Нельсоном и коллегами (1997: 568), мы предполагаем, что фреймы могут затронуть «индивидуальное понимание и мнение относительно проблемы путём подчёркивания отдельных элементов и черт более широких противоречий».

В данном исследовании мы выбрали тематические фреймы, которые «фокусируются на политических проблемах и событиях в более широком контексте и предъявляют коллективные, абстрактные и общие доказательства», а не эпизодические фреймы, которые заостряют внимание аудитории на конкретном событии и предлагают детали, вызывающие человеческий интерес (Aarøe 2011: 209-210). Этот выбор основывался на наших предшествующих выводах, которые показали, что официальная коммуникация ЕС затрагивает общие темы и вопросы публичной политики, и что национальные вечерние новостные выпуски в каждой стране упоминают ЕС в общих, официальных терминах, а не используют темы, вызывающие человеческий интерес (см. Dimitrova et al. 2016 and Dimitrova et al. 2017). Результаты мониторинга национального телевидения показали, что новости, касающиеся международных акторов,

очень редко используют эпизодические фреймы (Dimitrova et al. 2017). Как следствие, для того, чтобы увеличить внешнюю валидность, мы использовали тематические фреймы (хотя ряд предыдущих исследований показали, что они в меньшей степени влияют на установки) (Aarøe 2011).[4]

Для конструирования рамок мы выбрали и подчеркнули несколько различных широких аспектов международного сотрудничества, которые важны для принятия решений по поводу предпочтительности сотрудничества и интеграции с ЕС или Россией. Те немногие исследования в сфере международных отношений, которые фокусируются на гражданах, указывают, что индивиды формируют свои идеи и предпочтения относительно международных акторов путем оценки трех характеристик этих акторов: (1) совпадение целей; (2) относительная сила; и (3) относительный культурный статус (Alexander et al. 2005; Herrmann et al. 1997). Гораздо более обширный корпус литературы, касающийся взглядов граждан по отношению к европейской интеграции, подчеркивает экономическую полезность и идентичность как два отдельных набора детерминантов общественного мнения (Hobolt 2014; Hooghe and Marks 2008; Maier et al. 2012; McLaren 2002, 2006; Risse 2010). Исследования в области политической психологии добавляют еще один фактор, который может играть роль в формировании предпочтений, а именно - индивидуальные моральные и политические ценности (напр. Rathbun et al. 2016).

Принимая во внимание более ранние исследования и специфический социально-политический контекст Беларуси, Молдовы и Украины, мы разработали виньетки, подчёркивающие шесть аспектов международного сотрудничества: экономика, безопасность, общая идентичность, общие традиционные ценности, общие либеральные ценности, и нормы управления [5]. Следуя теориям эффектов фреймирования, мы ожидали, что сможем повлиять на относительную важность этих аспектов международного сотрудничества (см. Slothuus 2008: 6-7), и, как результат, на предпочтение сотрудничества с ЕС или Россией.

Следуя утилитарным подходам, позитивная оценка актора на международной арене формируется при помощи оценки, может ли сотрудничество с ним принести пользу, которая выражается в экономических преимуществах или повышении безопасности. Более ранние исследования показали, что экономическая сила ЕС может повлиять на предпочтение сотрудничества или интеграции (Hooghe and Marks 2004). Соответственно, мы ожидали, что *фрейм, фокусирующийся на экономике, повлияет на предпочтение сотрудничества с ЕС*. Этот эффект, однако, может зависеть от того, насколько люди считают, что сотрудничество с ЕС (или Россией) будет стимулировать экономический рост.

Например, помощь со стороны ЕС была ключевой темой в коммуникации ЕС с Молдовой и Украиной, но в меньшей степени с Беларусью.

---

[4] Считается, что влияние тематических фреймов более слабое, потому что они по-другому влияют на эмоции. Поскольку они безличны и несут в себе абстрактную информацию, тематические фреймы не предоставляют адресатам конкретного человека, по поводу которого они могут испытывать эмоции (Aarøe 2011: 210). Они отличны от эпизодических фреймов, содержащих человеческий интерес. Поскольку тематические фреймы не направляют эмоции в адрес конкретной персоны, описанной во фрейме, они в целом вызывают более слабые эмоции, чем эпизодические фреймы, и ведут к более слабым реакциям (см. Aarøe 2011 and Gross 2008). Они могут, однако, лучше схватывать реакцию на конкретную политику, чем на людей и их персональные истории.

[5] Тексты шести виньеток (фреймов) доступны в первой части Дополнительных материалов в конце этой работы.

Безопасность является очень важной темой в регионе Восточного партнёрства (ЕаР). Как Украина, так и Молдова сталкивается с конфликтом на своей территории, в котором активно участвует Россия (Луганская и Донецкая области в Украине, Приднестровье в Молдове). В Беларуси угрозы безопасности более рассеяны, так как воспринимаются исходящими с различных направлений. С одной стороны, Беларусь входит в военный союз с Россией - Организацию Договора о коллективной безопасности (ОДКБ). С другой, на восприятие угроз безопасности в Беларуси, возможно, негативно повлияло нарушение Россией территориальной целостности Грузии и Украины. Отказ Беларуси признать независимость Абхазии и Южной Осетии говорит об определённой двусмысленности её положения, и в то же время соображения безопасности, возможно, приобрели еще большее значение после аннексии Россией Крыма (Vysotskaya Guedes Vieira 2014a: 572, 2014b). Таким образом, мы ожидаем, что *фреймирование международного сотрудничества в терминах усиления безопасности может повлиять на предпочтение сотрудничества с Россией или ЕС, причём это влияние будет различным в каждой из трёх стран*. Более того, мы ожидаем, что влияние фрейма безопасности будет зависеть от того, думают ли люди, что для безопасности их страны важен Евросоюз (или Россия).

Идентичность или культурная близость также может повлиять на оценку гражданами сотрудничества. Общая идентичность часто подчёркивается пророссийскими элитами и организациями, оправдывающими необходимость сотрудничества с Россией. Российские нарративы, опирающиеся на идентичность, делают акцент на общей истории (например, в Советском союзе или на исторических корнях в Киевской Руси), общем языке и религиозной принадлежности к православной церкви. Таким образом, мы ожидаем, что *фреймирование международного сотрудничества в терминах общей идентичности будет положительно влиять на предпочтение сотрудничества с Россией*. Этот эффект, однако, будет зависеть от уровня идентификации с Россией или с ЕС/Европой.

Еще одним способом оценить культурную близость является оценка влияния общих норм управления. Чем более близкой кажется страна-партнёр в смысле правил и норм поведения, тем более положительно она оценивается (Herrmann et al. 1999: 555). Связывая нормы управления с работами Норта, Уоллиса и Вайнгаста (2009), мы фреймируем международное сотрудничество как связанное либо с (1) формальным и безличным управлением или (2) с персоналистским управлением, представленным патрон-клиентскими отношениями. Как пишет Норт и соавторы (2009), режимы с открытым доступом характеризуются равным, формальным и безличным доступом к институтам и услугам, в то время как режимы с ограниченным доступом характеризуются доступом, основанных на персональных отношениях патрон-клиент. В последних патрон поддерживает персонализированные отношения, которые определяются неформальными правилами и предоставляют доступ к политическим, экономическим и социальным ресурсам для членов конкретной группы. Мы предположили, что фреймирование *международного сотрудничества в терминах формальных правил/всеобщего доступа в качестве норм управления может увеличить поддержку сотрудничества с ЕС*. Мы основывались на том, что послания ЕС подчёркивают важность формальных правил и верховенства закона в управлении и сотрудничестве.

Наш фрейм, касающийся управления, противопоставляет использование формальных правил использованию личных связей и предлагает идею, согласно которой международное сотрудничество должно быть основано на чётких, формальных правилах. Таким образом, мы ожидаем, что этот фрейм *может снизить поддержку России*, которая представляет собой управленческую модель, основанную на личных связях и (более) неформальных правилах.

Наконец, основываясь на политической психологии, исследователи установили, что ценности, присущие индивидам, оказывают влияние на их предпочтения в области внешней политики. Существует направление в исследованиях международных отношений, которое изучает влияние конкретных ценностей на четыре широких направления в области внешней политики - воинственный интернационализм, кооперативный интернационализм, антикоммунизм и изоляционизм - и на политику в отношении определённых стран и конкретных проблем (Hurwitz and Peffley 1987; Hurwitz and Peffley 1990; Kertzer et al. 2014; Rathbun et al. 2016). Результаты показывают, что “те же фундаментальные ценности, которые определяют наши убеждения и поведение в повседневной жизни, также предсказывают наши предпочтения во внешней политике, ко внешней политике у людей личное отношение» (Rathbun et al. 2016: 135). Ценности, относящиеся к межличностным и социальным отношениям, играют самую большую роль в формировании установок по поводу внешней политики (Rathbun et al. 2016). В сочетании с эмпирическими доказательствами того, что Россия подчёркивает «традиционные ценности», мы выбрали для наших виньеток два типа ценностей, а именно либеральные и традиционные ценности. Либеральные ценности обычно связаны с ЕС, а традиционные - с Россией. Мы ожидаем, что фреймы, *подчеркивающие либеральные ценности, будут увеличивать поддержку ЕС и/или снижать поддержку России. Соответственно, фреймы подчеркивающие традиционные (семейные) ценности будет увеличивать поддержку сотрудничества с Россией и снижать поддержку ЕС.* Мы ожидаем, что этот эффект будет зависеть от ценностей, свойственных тому или иному человеку.

3. Дизайн исследования

3.1. Экспериментальные манипуляции и опросник

Чтоб протестировать, как различное фреймирование международного сотрудничества влияет на предпочтения граждан по поводу сотрудничества с ЕС и Россией, мы использовали экспериментальный метод. За последние два десятилетия исследователи международных отношений использовали различные виды экспериментального дизайна (Mintz et al. 2011). В нашей работе мы разработали «бумажно-карандашный» опросный эксперимент. Главная цель опросных экспериментов - изучить «принципы, лежащие в основе человеческих умозаключений (или оценок) относительно социальных объектов» (Rossi and Anderson 1982). Преимущество опросных экспериментов состоит в том, что они дают возможность прояснить причинно-следственные отношения между переменными через эксперимент, в то же время являясь частью опросов с большой выборкой (Druckman et al. 2006; Sniderman and Grob 1996).

Эксперимент организован таким образом, что участники исследования случайным образом распределяются в группы с экспериментальными и контрольными условиями. В нашем исследовании, экспериментальные условия - это те, в которых мы манипулируем информацией относительно

международного сотрудничества. Мы делаем это, используя «виньетки» (короткие тексты), которые респонденты должны прочитать перед тем, как ответить на длинный ряд вопросов, касающихся их предпочтений в сфере международного сотрудничества. Каждая виньетка содержит в себе один из шести фреймов международного сотрудничества, описанных выше (экономика, безопасность, идентичность, общие либеральные ценности, общие традиционные ценности, формальные правила управления) и описание целей внешней политики в свете того или иного фрейма. Структуры виньеток выдерживались в как можно более едином стиле.

За исключением виньетки на тему норм управления, структура текста которой была несколько иной, каждая виньетка состояла из пяти предложений и следовала одинаковой логике и аргументации. Каждая виньетка описывала общественные и личные преимущества, связанные с определенным аспектом международного сотрудничества. Затем, каждая виньетка описывала (возможные) потери от недостатка сотрудничества в выбранной области: экономике, безопасности, ценностях и так далее. Однако, виньетки не рассматривали конкретные события или персоналии, так как они были тематическими, а не эпизодическими.

В наших фреймах не указывалось, что Россия или ЕС поддерживают те или иные ценности, или уделяют особое внимание тому или иному аспекту международного сотрудничества. Мы полагались на уже существующие ценности и соответствующие относительные убеждения, которыми обладают люди, и только стремились повлиять на относительную важность различных аспектов международного сотрудничества.

Таким образом, у нас получилось шесть виньеток, при помощи которых можно было манипулировать идеями относительно международного сотрудничества. Выбор виньетки, которую читали участники, был случайным, также существовал вариант без чтения виньетки (контрольное условие). Контрольное условие позволило нам измерить базовый уровень предпочтений международного сотрудничества с ЕС или Россией. В условиях эксперимента участники заполняли опросник о международном сотрудничестве после того, как прочитали виньетку. В контрольных условиях они сразу переходили к заполнению опросника.

Чтобы получить информацию о нашей результирующей переменной - поддержке сотрудничества с ЕС - мы измеряли уровень согласия с утверждением «Беларусь/Украина/Молдова должна тесно сотрудничать с Европейским Союзом». Мы задали такой же вопрос относительно России и учли возможность того, что участники не воспринимают сотрудничество с ЕС и Россией как игру с нулевой суммой. Таким образом, мы также попросили их ответить на вопрос, до какой степени они согласны с утверждением ««Беларусь/Украина/Молдова может тесно сотрудничать с Россией и Европейским Союзом *одновременно*». Ответы регистрировались на 11-балльной шкале от «0» (совершенно не согласны) до «11» (полностью согласны), где «5» служила нейтральным баллом. Мы также собирали определённую информацию касательно личных ценностей и предпочтений, ключевых демографических характеристиках, и интереса к и знаниях о политике. Мы также включили вопрос проверки манипуляции, чтобы оценить, поняли ли участники прочитанную виньетку [6].

[6] Для тестирования дизайна опросника мы провели три пилотных эксперимента, по одному в каждой исследуемой стране. Первые два пилота прошли в Беларуси (Минск) и Молдове (Яловени и Будешти) в

В разделе «Дополнительные материалы» в конце этой работы мы представили более полную информацию о нашей выборке, проверке манипуляции и уровне внимательности участников.

В нашей выборке распределение поддержки тесного сотрудничества с Евросоюзом было сильно искажённым, так как наиболее частые ответы находились значительно ближе к концу положительного конца шкалы. Это создавало определённые методологические сложности для анализа, так как моделирование в значительной степени искажённых переменных при помощи стандартных статистических методов может привести к неверным выводам. Поэтому, мы решили анализировать *относительную* поддержку тесного сотрудничества с ЕС, после того, как мы вычли поддержку тесного сотрудничества с Россией из поддержки тесного сотрудничества с ЕС. Это относительное, конечное значение, отражающее существующие предпочтения, имело более высокую вариабельность и было менее искажённым. Вероятно, оно также лучше отражало фундаментальный теоретический конструкт интереса - предпочтение в выборе партнеров для сотрудничества. В некоторых частях нашего анализа мы далее трансформируем результирующую переменную в упорядоченную категориальную переменную, имеющую семь категорий, с целью улучшения покрытия некоторых категорий и сглаживания распределения ответов.

3.2. Выборка

В целом, мы получили 579 заполненных опросников из трёх стран (207 из Беларуси, 183 из Молдовы и 189 из Украины). Набор участников происходил в населённых пунктах различного размера (в столицах, больших городах, небольших городах), расположенных в разных частях этих стран. Медианный возраст составил 37 лет (первая квинтильная группа до 27 лет, третья квинтильная группа до 50 лет). Женщины составили 57% выборки. Пять респондентов имели только начальное образование. 8% - среднее, 14% имели среднее специальное или профессионально образование, и остальные - высшее образование. По месту работы - 41% работали в государственных или бюджетных организациях, 38% - в частных компаниях или некоммерческих организациях, или были самозанятыми, 4% составили безработные, 4% - студенты, и оставшиеся 9% были пенсионерами. Выборка также была довольно разнообразной в смысле интереса к политике, знаний о политике, а также предпочтения различных средств массовой информации.

Дополнительная информация о выборке и обсуждение проблем внимания и понимания виньеток участниками (проверка манипуляции) размещена в разделе Дополнительные материалы в конце данной работы.

марте 2017 года. Общее число участников пилотного эксперимента, которые заполнили опросник в Беларуси и Молдове, а также обсудили свои впечатления от языка, которым были написаны виньетки, вопросах анкеты, важности изучаемых тем, составило 37. Участники также смогли описать те или иные проблемы, с которыми они сталкивались в процессе заполнения анкеты. Основываясь на этом пилотном опыте, мы уточнили переводы теста, сократили виньетки и изменили несколько вопросов в анкете, включая проверку манипуляции. Участники третьего пилотного эксперимента, который состоялся в Украине, не отметили никаких проблем, поэтому собранные данные (27 участников) были использованы для анализа.

4. Эмпирический анализ

Продвижение к формулировке результатов эксперимента проходило в три этапа. Во-первых, мы обратили внимание на связь между экспериментальными фреймами и убеждениями участников относительно того, что должно лежать в основе международного сотрудничества. Во-вторых, мы обсудили влияние фреймов на релевантные относительные убеждения относительно международного сотрудничества. В-третьих, мы проанализировали влияние фреймов на предпочтения относительно партнёров для сотрудничества (относительную поддержку тесного сотрудничества с ЕС), как это определяется соответствующими релевантными относительными убеждениями. Затем мы проанализировали влияние потребления различных СМИ на поддержку сотрудничества с ЕС. Наконец, мы создали модель поддержки тесного сотрудничества с ЕС в серии регрессий, которые включают набор теоретически релевантных объяснительных переменных.

4.1. В чем должна заключаться сущность международного сотрудничества?

В соответствии с нашими теоретическими ожиданиями, виньетки должны были оказать влияние на относительную важность, которую люди придают различным факторам, относящимся к международному сотрудничеству. Мы обнаружили лишь ограниченные доказательства в поддержку этого. Таблица 1 показывает результаты нескольких линейных регрессий мнений респондентов относительно важности отдельных факторов и соображений при выборе партнёров для международного сотрудничества при условии экспериментального фрейма и небольшого набора контрольных переменных (страна и возраст, коэффициенты для контрольных переменных не показаны). Мы ожидали, что каждый фрейм продемонстрирует положительную ассоциацию с соответствующим аспектом важности международного сотрудничества. Другими словами, фрейм должен был убедить участников опроса, что тот аспект международного сотрудничества, о котором идёт речь (например, безопасность) более важен для выбора партнера для международного сотрудничества, чем они считали прежде.

Результаты анализа демонстрируют позитивную ассоциацию между условием фрейма и соответствующим убеждением о важности во всех случаях, кроме одного. Однако эти ассоциации не являются статистически значимыми при уровне значимости в 5% ни в одном из случаев. В случае фреймов, касающихся безопасности и управления, значения p коэффициентов регрессии ниже 0.10.[7]

В целом, мы приходим к заключению, что экспериментальные виньетки лишь незначительно увеличили важность тех аспектов международного сотрудничества, к которым привлекали внимание. Однако это увеличение слишком небольшое и изменчивое, чтобы его можно было точно оценить с тем количеством наблюдений, которым мы обладали.

Результаты регрессии также указывают (цифры не показаны) на то, что люди старшего возраста гораздо чаще считают, что международное сотрудничество должно «укреплять общие ценности» и быть

[7] В случае экономического фрейма, оценка является отрицательной, однако стандартная ошибка в пять раз превышает размер коэффициента, так что мы не должны придавать слишком большое значение этому эффекту.

«основанным на общей идентичности». Более молодые люди, как представляется, имеют более утилитарные ожидания по поводу международного сотрудничества. Между отдельными странами также существуют значительные различия. Жители Молдовы чаще считают, что общая идентичность важна (по сравнению как с беларусами, так и с украинцами). Они также придают относительно большее значение общим нормам управления.

Таблица 1. Убеждения по поводу факторов, которые важны для выбора партнера для международного сотрудничества. Результаты моделей линейной регрессии. Оценка моделей проводилась раздельно для каждого условия фрейма и включает поправки на страну и возраст.
N=278 to 282. Significance code: ^ = p-value between 0.10 and 0.05

Факторы, важные для международного сотрудничества:

	Экономические выгоды	***Способствует безопасности***	***Общие ценности***	***Общая идентичность***	***Нормы управления***
Фрейм	*Coef (s.e.)*	*Coef (s.e.)*	*Coef (s.e.)*	*Coef (s.e.)*	*Coef (s.e.)*
Экономика	**-0.32 (0.21)**	-0.19 (0.28)	-0.57 (0.35)	-0.25 (0.60)	-0.77 (0.50)
Безопасность	0.03 (0.24)	**0.63 (0.32)^**	0.47 (0.39)	0.81 (0.68)	-0.12 (0.57)
Идентичность	0.06 (0.23)	0.11 (0.30)	-0.22 (0.38)	**0.81 (0.65)**	-0.04 (0.53)
Либеральные ценности	0.11 (0.23)	0.38 (0.30)	**0.30 (0.38)**	-0.18 (0.65)	-0.14 (0.54)
Традиционные	-0.21 (0.23)	0.44 (0.31)	**0.09 (0.38)**	0.39 (0.66)	0.30 (0.55)
Управление	-0.01 (0.24)	-0.04 (0.31)	-0.02 (0.39	-0.01 (0.68)	**1.06 (0.55)^**

При интерпретации данных результатов возникает осложнение, связанное с тем фактом, что респонденты оценили важность каждого из этих факторов независимо, то есть они могли поставить каждому из них максимальное (или очень высокое) количество баллов. Эта ситуация может верно отражать структуру личных воззрений относительно сотрудничества, но создает проблемы при анализе, так как оценка важности различных факторов варьирует лишь незначительно (по сравнению с диапазоном измерительной шкалы).

4.2. Убеждения по поводу сотрудничества и фрейминг

Те нейтральные фреймы, которые мы использовали в эксперименте, не предназначены для того, чтобы напрямую влиять на фундаментальные относительные убеждения о преимуществах сотрудничества с тем или иным внешним актором. Однако, нельзя исключать, что, хотя виньетки были сформулированы в нейтральных терминах и лишь подчёркивали важность определённых тем и проблем в международном сотрудничестве, люди интерпретировали их в качестве аргументов в пользу сотрудничества с определенным партнёром. Фактически, именно это мы и наблюдаем.

Таблица 2 демонстрирует результаты шести моделей линейной регрессии согласия респондентов (по 11-балльной шкале) с утверждениями относительно возможных преимуществ более тесного сотрудничества с ЕС в различных аспектах: экономике, безопасности, управлении, и ценностях, а также об их субъективной европейской идентичности. Эти элементы отражают релевантные убеждения людей относительно вероятных эффектов более тесного сотрудничества с ЕС. В этих регрессиях, мы моделируем поддержку более тесного сотрудничества с ЕС в терминах экспериментальных фреймов и страны проживания респондентов, с учётом возраста как дополнительного фактора.

Верхняя строка для каждого фрейма в Таблице 2 показывает коэффициенты и стандартную ошибку для моделей, построенных на подвыборке респондентов, прошедших проверку манипуляции (т.е. правильно указавших тему прочитанной ими виньетки).

Таблица 2. Согласие с утверждениями относительно результатов тесного сотрудничества с Европейским Союзом. Результаты моделей линейной регрессии. Моделирование с учетом страны проживания и возраста. Верхняя строка: полная выборка N=505. Нижняя строка: только респонденты, прошедшие проверку манипуляции N=297.
*Significance codes: ^ = p-value between 0.10 and 0.05; * = p-value between 0.05 and 0.01. ** = p-value <0.01*

Более тесное сотрудничество с ЕС:

	Приносит экономич. преимущ-ва	***Полезно для безопасности***	***Я считаю себя европейцем***	***ЕС поддерж. традиционные Ценности***	***ЕС поддерживает либеральные ценности***	***ЕС следует четким правилам***
Фрейм	*Coef (s.e.)*	*Coef (s.e.)*	*Coef (s.e.)*	*Coef (s.e.)*	*Coef (s.e.)*	*Coef (s.e.)*
Экономика	**0.27 (0.40)**	0.64 (0.47)	0.47 (0.62)	0.34 (0.47)	0.46 (0.32)	0.35 (0.45)
	0.44 (0.41)	0.72 (0.48)	0.22 (0.60)	0.49 (0.48)	0.54 (0.30)^	0.40 (0.47)
Безопасность	-0.12 (0.40	**0.57 (0.46)**	0.30 (0.59)	0.59 (0.46)	0.41 (0.32)	0.57 (0.43)
	-0.14 (0.46))	**0.99 (0.54)^**	0.91 (0.66)	0.60 (0.54)	0.59 (0.34)^	0.45 (0.53)
Идентичность	0.45 (0.39)	0.42 (0.45)	**0.13 (0.59)**	0.12 (0.45)	0.60 (0.31)^	0.32 (0.43)
	0.56 (0.45)	0.55 (0.52)	**0.36 (0.63)**	0.37 (0.52)	0.84 (0.33)*	0.19 (0.51)
Либеральные ценности	0.30 (0.39)	0.60 (0.45)	-0.07 (0.59)	0.10 (0.45)	**0.49 (0.31)**	0.37 (0.43)
	0.76 (0.45)^	1.12 (0.52)*	0.84 (0.64)	0.44 (0.52)	**1.04 (0.33)****	0.51 (0.51)
Традиционные ценности	-0.20 (0.39)	0.06 (0.45)	-0.11 (0.60)	**-0.06 (0.45)**	0.37 (0.31)	-0.07 (0.43)
	0.13 (0.45)	0.15 (0.53)	0.41 (0.68)	**0.00 (0.53)**	0.86 (0.34)*	0.10 (0.52)
Управление	0.22 (0.40)	0.10 (0.46)	0.21 (0.59)	0.86 (0.46)	0.70 (0.31)*	**0.62 (0.44)**
	0.51 (0.46)	0.23 (0.53)	0.55 (0.65)	1.19 (0.54)*	1.00 (0.34)**	**0.96 (0.52)^**

В целом, мы обнаружили несколько слабых (по большей части) позитивных ассоциаций между темами фреймов и соответствующими убеждениями. Эти связи по большей части не были значимыми при анализе в полной выборке, но некоторые из них приобретают точность и статистическую значимость при анализе подвыборки респондентов, прошедших проверку манипулирования.

Например, респонденты по фрейму безопасности в среднем были почти на один балл более согласны с утверждением «Тесное сотрудничество с ЕС полезно для безопасности нашей страны», чем респонденты в контрольной группе, и это различие является значимым при уровне 0.10. Различие в один балл составляет 60% стандартного отклонения переменной ответа, что предполагает, что значение этого эффекта не является пренебрежимым. Сила ассоциации между фреймом либеральных ценностей и согласие (и индекс) с утверждением, что ЕС поддерживает индивидуальные права и свободы, терпимость, а также свободу выбирать образ жизни, схож с примером безопасности, и имеет более высокую статистическую значимость. Наблюдается также схожая ассоциация между фреймом управления и согласием с утверждением, что ЕС следует чётким правилам и взаимодействует с другими странами в соответствии с объективными критериями. В трёх случаях мы не обнаружили значимой связи между фреймами и соответствующими убеждениями: в случаях экономики, идентичности и традиционных ценностей. В случае идентичности, соответствующий результат является не убеждением, а достаточно стабильной личной характеристикой, поэтому отсутствие эффекта не является удивительным. В случаях экономики и традиционных ценностей, иная операционализация переменных демонстрирует более сильную связь, как мы увидим в следующем разделе. Также существуют некоторые доказательства влияния фреймов на убеждения, не связанные напрямую с темой фрейма (например, фрейма управления - на убеждения касательно роли ЕС в поддержке либеральных ценностей), однако, не имея теоретического объяснения, мы не должны переоценивать их значимость.

В целом, результаты указывают на то, что фреймы обладают относительно ограниченным, но, в нескольких случаях, различимым влиянием на релевантные относительные убеждения относительно международного сотрудничества. Это само по себе примечательно, так как фреймы были преднамеренно сформулированы нейтральным образом, чтобы не указывать респондентам, как следует оценивать международные отношения по тому или иному аспекту (например, что сотрудничество с ЕС полезно для безопасности), а лишь подчёркивать важность конкретного аспекта для международного сотрудничества.

Тем не менее, представляется, что участники эксперимента прочитали в виньетках своего рода ориентиры относительно *результатов* сотрудничества с различными акторами, и до определённой степени изменили свои относительные убеждения. Это представляется нам важным, поскольку, как мы увидим далее, эти убеждения с высокой степенью точности позволяют предсказать предпочтения людей по поводу возможных партнёров для сотрудничества. Таким образом, если коммуникация может повлиять на соответствующие убеждения, она может также непрямым образом изменить соответствующие предпочтения (партнёров для сотрудничества).

4.3. Условное влияние фреймов и убеждений по поводу предпочтений в международном сотрудничестве.

На этом этапе мы рассмотрели взаимоотношение между фреймами, с одной стороны, и соответствующими убеждениями касательно сути международного сотрудничества и о результатах сотрудничества с различными акторами, с другой стороны. Однако, теоретически, мы ожидаем что влияние фреймов должно зависеть от глубинных убеждений о результатах сотрудничества. Например, если фреймирование виньетки, посвящённой безопасности, было эффективным, оно должно изменить восприятие важности вопросов безопасности для вопросов, посвящённых международному сотрудничеству. Однако, насколько это увеличит или уменьшит поддержку сотрудничества с ЕС, будет зависеть от того, верит ли данный участник в то, что сотрудничество с ЕС полезно или вредно для безопасности. Мы уже обнаружили, что эта модель не поддерживается данными, так как связь между фреймами и восприятием важности соответствующего аспекта международного сотрудничества слабая и изменчивая, в то время как связь с соответствующими убеждениями более сильная и лучше различима. Тем не менее, нам представляется полезным выяснить, являются ли соответствующие убеждения факторами, определяющими эффективность фреймов.

Для этого в данном разделе нашей работы мы представляем результаты анализа каждого отдельного фрейма. В каждом из шести анализов мы произвели регрессию поддержки более тесного сотрудничества с ЕС с учётом условия фрейма, соответствующего относительного убеждения (различного для каждой рамки), и их взаимодействия. Вместо того, чтобы представить числовые результаты регрессий, которые трудно интерпретировать напрямую из таблиц коэффициентов в присутствии эффектов взаимодействия, мы продемонстрируем график, иллюстрирующий эффекты взаимодействия для каждого анализа, а также два описательных графика, показывающие общее распределение предпочтений и соответствующих убеждений. Эти описательные графики необходимы, так как мы обнаружили, что линейные регрессии зачастую плохо отражают данные, и, взятые сами по себе, могут указывать на несуществующие связи.

Однако перед этим мы должны отметить, что в данном анализе основные переменные операционализированы как относительные по отношению к России. Это значит, что мы вычитаем поддержку более тесного сотрудничества с Россией из поддержки более тесного сотрудничества с ЕС. Это даёт нам переменную с теоретическим диапазоном от -10 до +10. Мы сокращаем эту шкалу до набора из семи последовательных категорий (-10 до -5; -4 до -2; -1 до +1; +2 до +4; +5 до +7; +8 до +9; и +10). Эта трансформация необходима для того, чтобы убедиться, присутствует ли достаточная вариабельность в данных (в свете выборки, в которой значительно доминирует поддержка ЕС), и что мы не имеем дело с большим количеством категорий с малым количеством данных в них.

Результирующая переменная демонстрирует относительную поддержку более тесного сотрудничества с ЕС. Это не только является преимуществом с методологической точки зрения, но также логично в свете того факта, что международное сотрудничество часто является вопросом выбора между различными партнёрами и интеграционными инициативами.

4.3.1. Экономическая рамка

Начиная анализ экономического фрейма, правая панель Рисунка 1 показывает предсказанные вероятности, основанные на регрессионной модели, учитывающей условия фреймирования, релевантные убеждения (под которыми в данном случае подразумевается согласие с утверждением, что более тесное сотрудничество с ЕС приносит экономические преимущества, также рассчитанные относительно к согласию с соответствующим утверждением по поводу России), и их взаимодействие. Соответствующее убеждение располагается на оси X и принимает значения от наблюдаемого минимума до наблюдаемого максимума.

Непрерывная красная линия показывает, как предсказанная вероятность остаточной поддержки тесного сотрудничества с ЕС изменяется для респондентов в контрольной группе, в то время как прерывистая синяя линия показывает то же самое для респондентов в группе с фреймирующим условием (виньетки на экономическую тему).

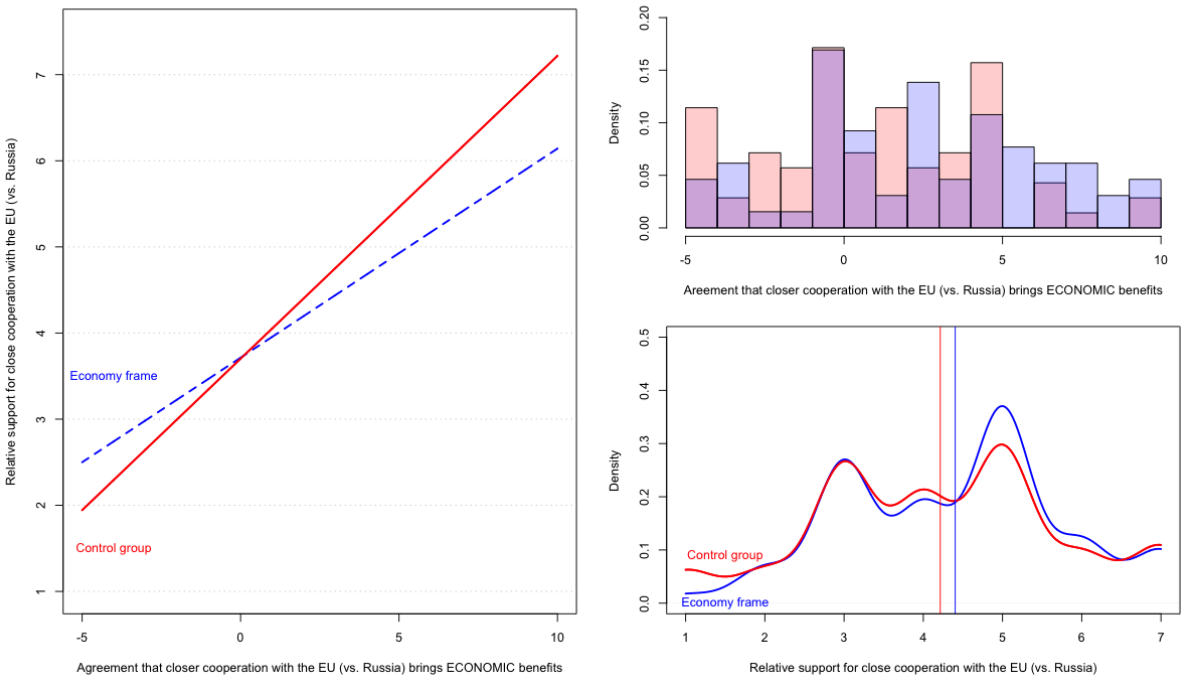
Этот график, а также регрессионная модель на которой он основан, указывает, что как для контрольного, так и для фреймирующего условия, соответствующее убеждение оказывает серьёзное влияние на остаточную поддержку сотрудничества с ЕС. Однако, график также указывает, что респонденты в группе с фреймирующим условием более склонны поддерживать сотрудничество с ЕС, чем респонденты в контрольной группе, если у них *низкий* уровень согласия с утверждением, что тесное сотрудничество с ЕС (в противовес России) приносит экономические преимущества, но менее склонны к такой поддержке по сравнению с контрольной группой, если они убеждены, что сотрудничество с ЕС приносит *больше* экономических преимуществ. Этот результат трудно применить к теоретической идее о том, что если у людей возрастает восприятие важности экономики для международного сотрудничества (и чего мы пытались достичь через использование соответствующей виньетки), они должны поддерживать сотрудничество с ЕС в большей степени чем раньше, *если* они убеждены, что сотрудничество с ЕС приносит экономические преимущества, и в меньшей, если они думают, что таких преимуществ не существует.

Фактически, когда мы смотрим на нижнюю панель справа на Рисунке 1, мы видим, что модель линейной регрессии с взаимодействиями не отражает картину данных в полной степени. Эта панель показывает, что для всех значений поддержки от 4 до 6, группа с фреймирующим условием демонстрирует большую плотность (включает большее количество наблюдений), чем контрольная группа. Но в крайних значениях шкалы контрольная группа имеет маргинально большую плотность, что может влиять на способ представления взаимодействия. Из графика описательной плотности видно, что фреймирующее условие слегка увеличило остаточную поддержку сотрудничества с ЕС. Верхняя правая панель Рисунка 1 также показывает, что группа с фреймирующим условием в среднем имела более высокую остаточную поддержку утверждения, что сотрудничество с ЕС приносит экономическую выгоду.

Таким образом, мы можем заключить, что экономический фрейм в некоторой, относительно небольшой, степени увеличил поддержку сотрудничества с ЕС и уровень убеждения, что это сотрудничество приносит экономические преимущества, но второй эффект *не является условием* первого. Напротив, убеждение, что сотрудничество с ЕС приносит экономические преимущества, *превращает* эффект экономического фрейма в поддержку сотрудничества. Это значит, что фрейм может повлиять на убеждения относительно

экономических выгод сотрудничества, которые в свою очередь влияют на предпочтения более тесного сотрудничества с различными партнёрами.

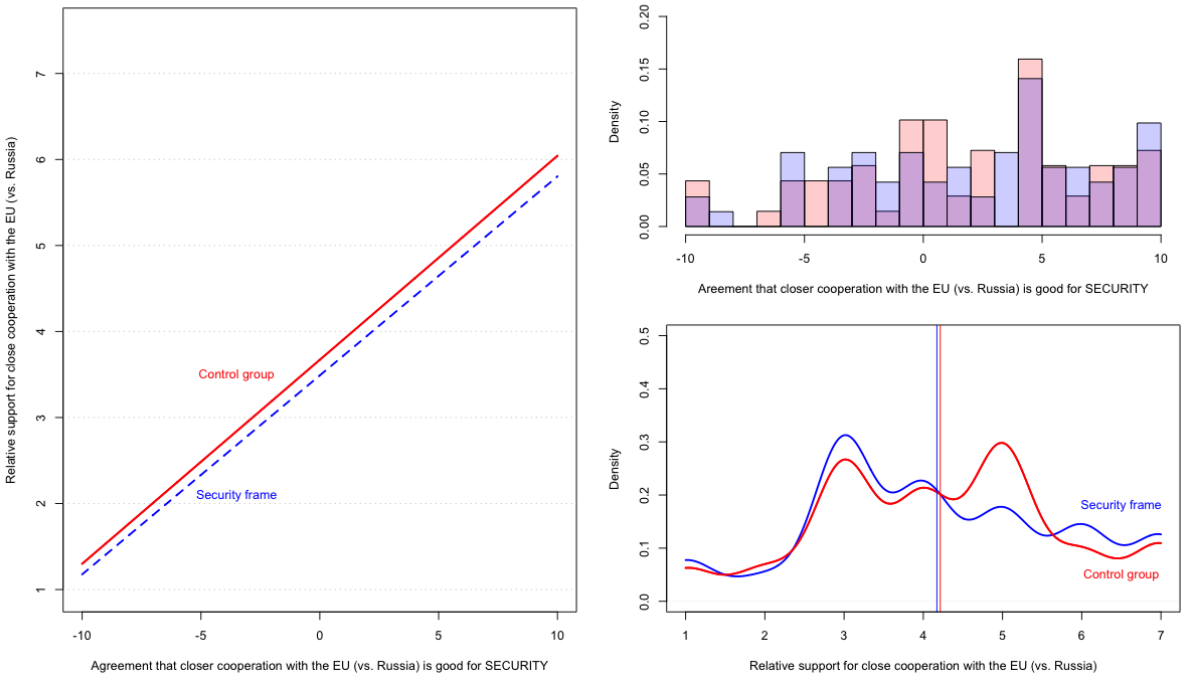
Рисунок 1. Анализ условного эффекта экономического фреймирования. Левая панель показывает предсказанные вероятности, полученные в результате регрессионной модели остаточной поддержки тесного сотрудничества с ЕС с учетом условия фрейма, остаточного согласия с утверждением, что тесное сотрудничество с ЕС (в противовес России) приносит экономические выгоды, и их взаимодействия. Верхняя правая панель показывает плотность наблюдаемого распределения последней переменной для контрольной группы (светло-розовый) и для группы с фреймирующим условием (светло-синий). Заметьте, что столбцы располагаются друг на друге, и таким образом, если синий столбец выше, это значит, что группа с фреймирующим условием включала для этого значения большее количество наблюдений. Нижняя правая панель показывает выровненную плотность зависимой переменной для контрольной группы (красный) и для фреймирующего условия (синий). Вертикальные линии показывают среднее значение для каждой из групп.



4.3.2. Фрейм безопасности

Общий эффект фрейма безопасности заключается в том, что он незначительно снижает остаточную поддержку сотрудничества с ЕС (см. нижнюю правую панель). Однако, этот эффект не меняется вместе с соответствующими убеждениями касательно влияния сотрудничества на безопасность. Сами по себе убеждения до определённой степени поляризуются данным фреймом таким образом, что в середине шкалы оказывается меньшая доля респондентов по сравнению с контрольной группой.

Рисунок 2. Анализ условного эффекта фрейма, посвящённого безопасности. См. пояснения к Рисунку 1.



4.3.3. Рамка идентичности

Фрейм идентичности, как мы видим, слегка снижает разброс значений остаточной европейской идентичности респондентов (в средних категориях содержится большее количество наблюдений, как видно на верхней правой панели). Среднее значение поддержки в группе с фреймирующим условием немного выше, чем в контрольной группе, но этот эффект не изменяется вместе со значениями идентичности, как мы вначале предполагали. Важно отметить, что если сравнить график взаимодействия с графиком плотности поддержки, мы также увидим, что линейная модель недостаточно хорошо отражает все аспекты распределения данных наблюдений.

4.3.4. Рамка управления

Анализирую рамку управления, мы обнаруживаем относительно больший положительный эффект данного фрейма (нижняя правая панель). Согласие с утверждением, что ЕС следует четким и беспристрастным правилам, также увеличивается (верхняя правая панель), в отличие от предпочтения беспристрастного управления как такового (средняя панель справа). Рассматривая эффекты взаимодействия, мы не обнаруживаем того взаимодействия, по поводу которого мы ранее выдвигали гипотезу, однако, данный график производит ложное впечатление, так как в группе с фреймирующим условием нет респондентов, для которых значение переменной согласия, отражённое на оси X парели слева, составляет менее, чем -5 (сравните с эмпирическим распределением, представленным на верхней правой панели). В принципе, эффекты взаимодействия должны также варьироваться в зависимости от того, являются или нет безличные правила ценностью для респондентов, но мы не обнаружили доказательств в поддержку этого (модель и график не показаны).

Рисунок 3. Анализ условного эффекта рамки, посвящённой идентичности. См. Пояснения к Рисунку 1.

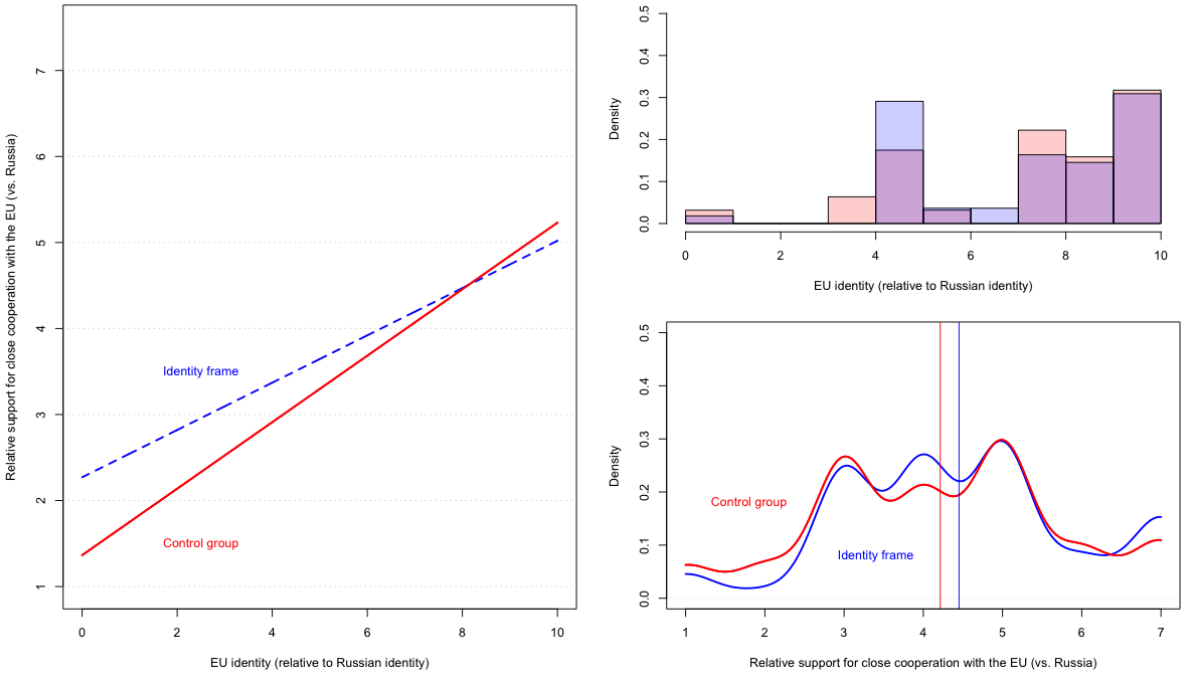
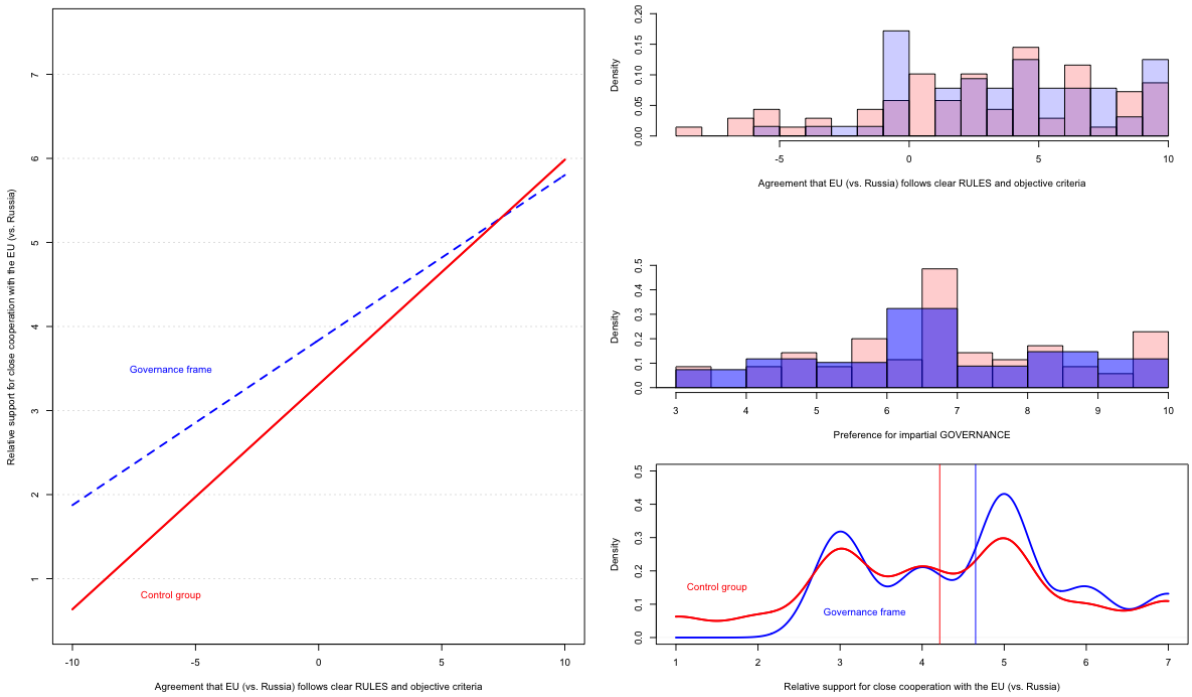


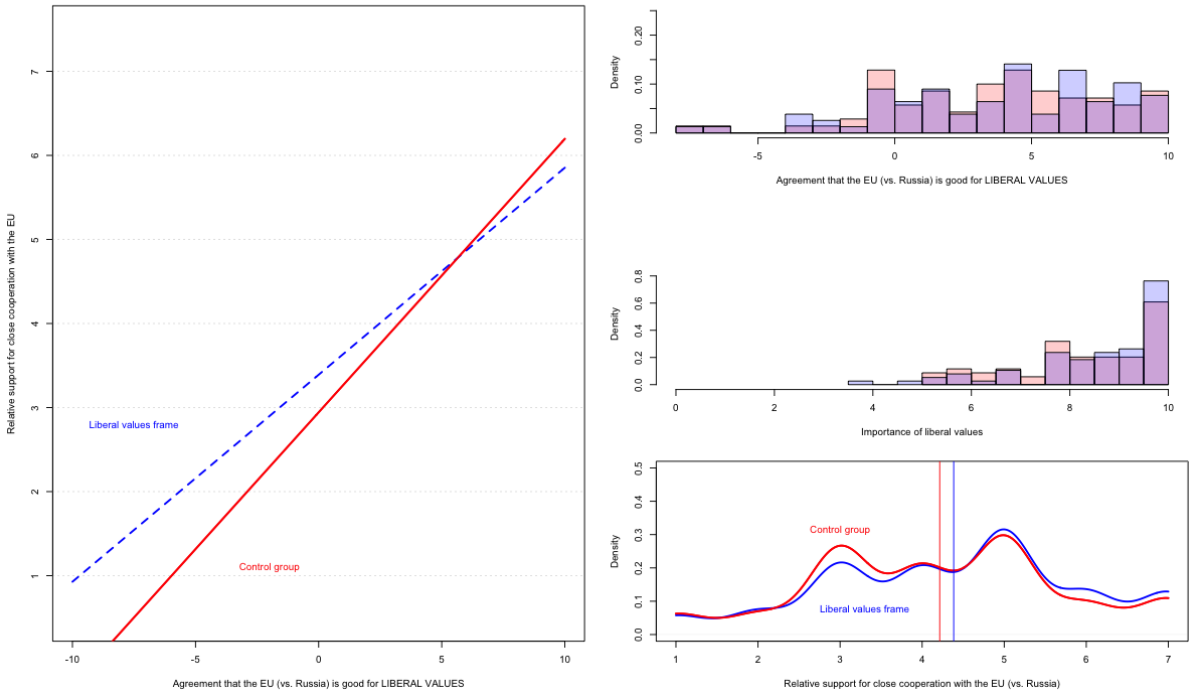
Рисунок 4. Анализ условного эффекта фрейма, посвящённого управлению. См. пояснения к Рисунку 1.



4.3.5. Фрейм либеральных ценностей

В случае фрейма либеральных ценностей наблюдается схожая ситуация. Согласие, что сотрудничество с ЕС полезно для либеральных ценностей, немного выше (верхняя правая панель), так же, как и важность либеральных ценностей для респондента (средняя правая), и остаточная поддержка сотрудничества с ЕС (нижняя правая). Но наше предположение в виде гипотезы касательно взаимодействия между убеждениями, ценностями и фреймом не было подтверждено. (И, снова же, поскольку в группе с фреймирующим условием не было достаточного количества респондентов с низким уровнем согласия с утверждением, что ЕС приносит пользу в распространении либеральных ценностей, регрессионная модель, представленная слева, неверно представляет взаимоотношения с поддержкой).

Рисунок 5. Анализ условного эффекта фрейма, посвящённого либеральным ценностям. См. пояснения к Рисунку 1.

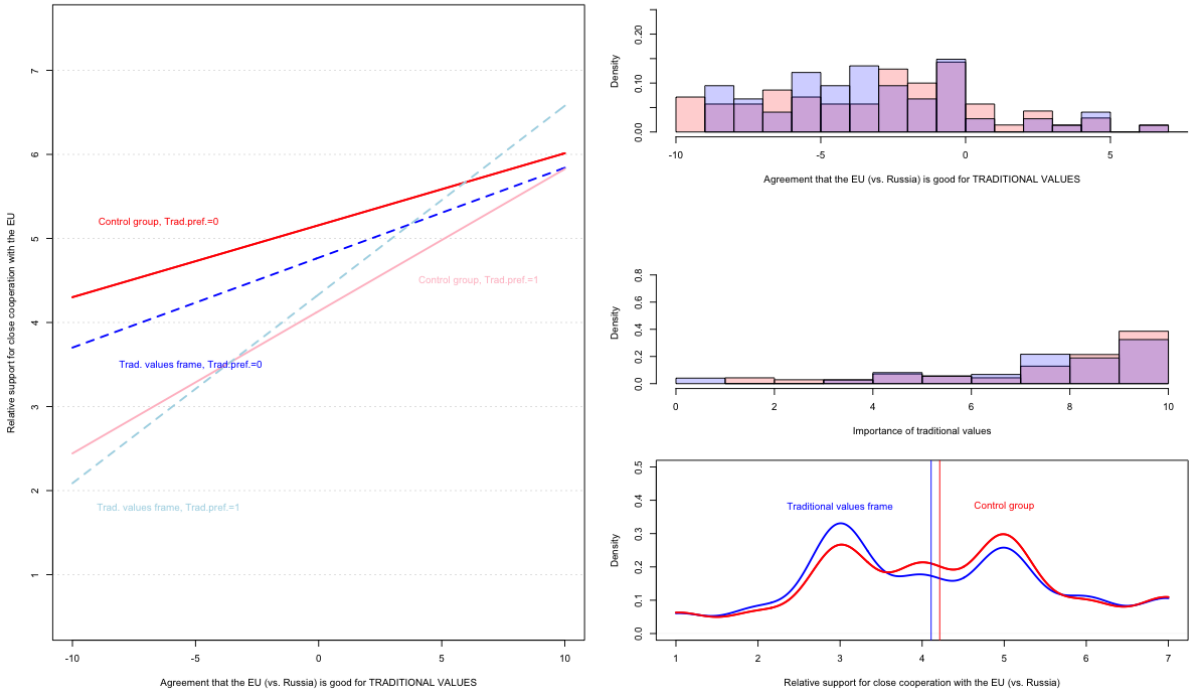


4.3.6. Фрейм традиционных ценностей.

Анализируя фрейм традиционных ценностей, мы находим больше доказательств, поддерживающих наши теоретические размышления. Согласие, что ЕС (в противовес России) поддерживает традиционные ценности, уменьшается (верхняя правая панель), важность традиционных ценностей также слегка уменьшается, также как и, более выраженно, поддержка сотрудничества с ЕС. Но в этом случае взаимодействие между переменными также совпадает с нашими гипотезами. Для респондентов в группе с фреймирующим условием, считающих традиционные ценности важными, связь между соответствующим убеждением и поддержкой более сильная (регрессионная линия более наклонная), чем для респондентов со схожими убеждениями в контрольной группе (сравните наклон голубой пунктирной линии с наклоном непрерывной красной линии). Однако оба наклона более сильные, чем тот, который

представляет респондентов, которые не считают традиционные ценности важными (по крайней мере он не более крутой, чем тот, который представляет либеральные ценности).

Рисунок 6. Анализ условного эффекта фрейма, посвящённого традиционным ценностям. См. пояснения к Рисунку 1.



Это последнее сравнение является исключением. В целом, мы не нашли доказательств в поддержку идеи, что фреймы влияют на уровень поддержки сотрудничества с ЕС через уже существующие убеждения об эффектах сотрудничества, и на личные ценности. Скорее, фреймы могут повлиять на сами убеждения, и уже через них, на уровень поддержки сотрудничества с ЕС.

Эксперимент, проведённый нами для изучения эффектов фреймов, был частью опроса, который также собирал информацию про то, каким образом респонденты получают информацию из различных СМИ, а также их демографические данные и их установки. В следующем разделе, мы представим анализ этих данных, который даёт дополнительную пищу к размышлению к уже представленным данным экспериментального опроса. Вначале мы рассмотрим различия в поддержке тесного сотрудничества с ЕС у респондентов с предпочтениями различных СМИ как источника новостей, и затем перейдём к анализу связей между рядом демографических и «установочных» переменных, и поддержкой сотрудничества с ЕС.

4.4. Поддержка тесного сотрудничества с ЕС и предпочитаемые СМИ

Анализ того, как ЕС и Россия представлены в национальных новостных программах в Беларуси, Молдове и Украине (Dimitrova et al. 2017) показал, что различные медиа-ландшафты в этих странах оказывают влияние на то, как эти два внешних актора представлены в новостях. Более того, недавний анализ белорусской прессы обнаружил большие различия между государственными и независимыми СМИ.

Пресса, контролируемая государством, в большей степени подчёркивала преимущества сотрудничества с Россией и представляла более негативный нарратив относительно ЕС, в то время как независимые СМИ были боле дружелюбны по отношению к ЕС (Korf 2013). Так как СМИ играют большую роль в трансляции посланий и формировании образа международных акторов в странах Восточного партнёрства, мы включили в анкету вопрос про предпочтения СМИ, чтобы увидеть, зависит ли поддержка более тесного сотрудничества с ЕС от типа СМИ, который предпочитает и регулярно использует тот или иной респондент.

Хотя наша выборка совсем не обязательно является репрезентативным отражением всего населения в смысле пропорций тех, кто использует различные СМИ, мы все равно можем продемонстрировать, как использование определённого типа СМИ в качестве основного источника новостей соотносится с предпочтением ЕС как международного партнёра в противовес России. Мы попросили респондентов ответить на вопрос, какие СМИ и насколько часто они используют, чтобы получить достоверную информацию о политических событиях. Результаты анализа представлены раздельно для каждой страны в Таблице 3: A-C.

Эта таблица показывает различие в процентных пунктах между людьми, которые иногда или регулярно используют различные типы СМИ, как указано в заголовках столбцов (например, государственное телевидение) как источник «достоверной информации о политических событиях» и теми, кто их не использует, для каждого уровня упорядоченных переменных относительной поддержки более тесного сотрудничества с ЕС (строки таблицы). Самый правый столбец таблицы содержит общее количество участников в каждой категории, а также их процент от общего количества. Нижняя строка таблицы показывает процент тех, кто использует данный тип СМИ. Вторая снизу строка показывают значение p для t-теста равноценности средних значений поддержки ЕС между группами, использующими и не использующими соответствующий тип СМИ.

В Беларуси самая большая часть нашей выборки выразила нейтральное отношение к поддержке сотрудничества с ЕС относительно России (29% респондентов). Наиболее популярными источниками «достоверной» информации о политические событиях оказались Интернет, независимое ТВ и независимая пресса. Люди, пользующиеся этими источниками информации, как правило, в большей степени поддерживают сотрудничество с ЕС и проявляют к этому не такое негативное отношение, как те, кто их не использует или использует лишь время от времени. Это также относится к использованию социальных медиа. Эти эффекты противоположны для тех, кто смотрит государственное телевидение и слушает государственное радио: среди них меньше людей с высоким уровнем поддержки сотрудничества с ЕС относительно России по сравнению с теми, кто не использует государственное телевидение и радио для получения информации о политике. Эффекты чтения государственных газет менее чётко выражены, однако, как представляется, по сравнению с теми, кто читает частную независимую прессу, в этой группе меньше респондентов, выражающих умеренную поддержку сотрудничеству с ЕС относительно России, и больше тех, кто против такого сотрудничества или относится к этому вопросу нейтрально.

В случае Беларуси мы можем видеть довольно чёткие различия между теми, кто использует информацию из определённого источника и теми, кто делает это реже или совсем не делает. Во всех случаях кроме одного (государственное радио) эти различия статистически значимы и ожидаемы: использование государственных или контролируемых государством СМИ связано с меньшим уровнем поддержки

сотрудничества с ЕС относительно России, в то время как использование независимых СМИ и Интернета связано с более высоким уровнем поддержки.

В Молдове респонденты наиболее часто выражали умеренный уровень поддержки сотрудничества с ЕС по отношению к поддержке сотрудничества с Россией. В нашей выборке наиболее популярными источниками достоверной информации о политике оказались частные и государственные телеканалы (80% респондентов указали, что они используют эти медиа) и государственное радио. Использование телевидения (особенно государственных каналов) связано с значительным снижением поддержки сотрудничества с ЕС относительно поддержки сотрудничества с Россией.

По сравнению с теми, кто не смотрит государственные телеканалы, в этой группе меньше людей, выразивших чрезвычайно большую, большую или малую поддержку. В то же время, в группе зрителей государственных телеканалов больше тех, кто умеренно или слабо против такого сотрудничества, а также тех, кто указал, что нейтрален в своих предпочтениях относительно сотрудничества с ЕС (относительно России).

Таблица 3. Относительный уровень поддержки тесного сотрудничества с ЕС (относительно России) по использованию различных видов СМИ

А. Беларусь

	Гос ТВ	**Независимое (частное) ТВ**	**Гос радио**	**Независимое (частное) радио**	**Гос пресса**	**Независимая (частная) пресса**	**Интернет**	**Социальные медиа**	**% (N) в категории**
Умеренно против	4	-4	-2	-4	-1	-5	-4	0	5 % (9)
Слабо против	11	-6	18	-3	7	-7	-16	-10	9 % (16)
Нейтрально	16	-10	20	-13	5	-8	-22	-6	29 % (54)
Слабая поддержка	-5	4	-15	-11	0	0	0	-12	16 % (30)
Умеренная поддержка	-17	7	-9	12	-11	11	23	18	24 % (45)
Сильная поддержка	-1	5	-7	14	1	5	14	3	11 % (20)
Чрезвычайно сильная поддержка	-8	3	-5	5	-1	3	6	7	6 % (12)
Значение p для t-теста	*<0.01*	*0.02*	*<0.01*	*<0.01*	*0.24*	*<0.01*	*<0.01*	*<0.01*	-
% использующих	49 %	75 %	22 %	52 %	37 %	63 %	76 %	58 %	-

B. Молдова

	Гос ТВ	Независимое (частное) ТВ	Гос радио	Независимое (частное) радио	Гос пресса	Независимая (частная) пресса	Интернет	Социальные медиа	% (N) в категории
Умеренно против	6	-6	3	2	4	-2	-2	1	5 % (7)
Слабо против	4	3	1	2	5	4	1	2	3 % (5)
Нейтрально	8	17	-9	-6	12	3	10	7	26 % (39)
Слабая поддержка	-9	5	-10	-6	-3	-10	9	-10	19 % (29)
Умеренная поддержка	2	-1	15	15	-12	12	-14	-4	33 % (50)
Сильная поддержка	-8	0	-7	-6	-3	-5	-5	-2	5 % (7)
Чрезвычайно сильная поддержка	-2	-17	7	0	-4	-3	0	5	10 % (15)
Значение p для t-теста	*0.07*	*0.19*	*0.42*	*0.96*	*0.01*	*0.67*	*0.26*	*0.81*	-
% использующих	83 %	86 %	72 %	59 %	57 %	66 %	66 %	54 %	-

C. Украина

	Гос ТВ	Независимое (частное) ТВ	Гос радио	Независимое (частное) радио	Гос пресса	Независимая (частная) пресса	Интернет	Социальные медиа	% (N) в категории
Умеренно против	3	0	-1	-2	-2	0	0	2	3 % (5)
Слабо против	1	1	2	1	1	1	1	1	1 % (1)
Нейтрально	-14	-11	-4	-8	-7	-2	-11	-8	19 % (30)
Слабая поддержка	-12	-8	-5	6	5	4	2	-2	20 % (32)
Умеренная поддержка	12	17	-2	6	11	6	4	-4	24 % (38)
Сильная поддержка	4	-4	5	-7	-6	-11	1	5	15 % (24)
Чрезвычайно сильная поддержка	5	5	4	3	-2	2	4	6	17 % (27)
Значение p для t-теста	*0.11*	*0.19*	*0.42*	*0.57*	*0.87*	*0.68*	*0.33*	*0.34*	-
% использующих	61 %	61 %	31 %	47 %	48 %	51 %	58 %	47 %	-

Замечание: Значения в таблице показывают различия в процентных пунктах между теми респондентами, которые используют определённый тип медиа (обозначенный в заголовках столбцов) «иногда» или «часто» в противовес тем, кто не использует их вовсе. Т-тесты проверяют равенство средних значений между этими двумя группами.

Влияние частного ТВ[8] выглядит иначе: респонденты, смотрящие частные телеканалы, более часто выражают нейтральные взгляды по поводу сотрудничества с ЕС относительно России и реже проявляют экстремально большой уровень поддержки или умеренно против такого сотрудничества (два полюса в нашей шкале). В то же время, большее количество респондентов нейтральны в своей поддержке

[8] Хотя уровень присутствия частных телеканалов в Беларуси очень ограничен, смотреть альтернативные государственному ТВ-каналы все же возможно. Список новостных телеканалов, доступных для просмотра в Беларуси, включает в себя CNN и Euronews, которые можно смотреть по кабельному телевидению, а также оригинальное вещание российских телеканалов. По официальным данным, к просмотру доступны почти 60 негосударственных телеканалов: https://tvset.tut.by/category/8/19-03-2018/filter/18-00/ and http://www.mininform.gov.by/ru/statistica-ru/ (accessed 19 March 2018).

сотрудничества с ЕС относительно России, если они смотрят частные телеканалы по сравнению с теми, сто не смотрит.

Связь между использованием государственной прессы и поддержкой более тесного сотрудничества с ЕС относительно России очень чёткая, и результаты t-теста подтверждают её значимость. Те респонденты, которые чаще читают государственную прессу, чаще выражают меньшую поддержку сотрудничеству с ЕС по сравнению с теми, кто государственную прессу не читает. Более того, они чаще против или нейтрально относятся к сотрудничеству с ЕС относительно России по сравнению с теми респондентами, кто государственную прессу не читает.

Пользователи Интернета в целом более умеренны и нейтральны в своей поддержке сотрудничества с ЕС относительно России, чем те, кто Интернетом не пользуются. Различия в поддержке сотрудничества с ЕС между теми, кто пользуется социальными медиа и теми, кто ими не пользуется, менее выражены, но представляется, что использование социальных медиа оказывает поляризующий эффект (меньше респондентов в средних категориях, но больше на полюсах шкалы поддержки).

Как и предполагалось, в Украине наблюдается иная картина. Крупные российские телевизионные компании были удалены из медиа-ландшафта по решению украинских властей. Также, мы должны принимать во внимание, что СМИ в этой стране распространяют самые разнообразные мнения (положительные и отрицательные) относительно ЕС, и преимущественно отрицательные - относительно России (Dimitrova et al. 2017).

В нашей выборке наиболее часто используемыми СМИ для получения информации о политике являлись государственные и частные телевизионные каналы, на втором месте оказались Интернет и частная (независимая) пресса. Респонденты, часто получающие информацию о политике из государственных и частных телеканалов, из Интернета и социальных медиа, были более поляризованы в своих мнениях по сравнению с теми респондентами, которые не пользовались этими видами медиа для получения политических новостей, или пользовались нечасто. Например, те, кто регулярно использовали социальные медиа в качестве источника политических новостей, реже были нейтральными в своих взглядах по поводу сотрудничества с ЕС, но чаще либо выражали крайне сильную поддержку такому сотрудничеству, либо были против него. Среди тех, кто использовал государственную и частную прессу, было меньше тех, кто выражал сильную поддержку сотрудничеству с ЕС по сравнению с теми, кто не получал политические новости из этих источников, но это различие не является статистически значимым.

Важно также отметить, что, по сравнению с Беларусью и Молдовой, в Украине меньше респондентов отметили, что они часто используют Интернет для получения достоверной информации о политике (Украина: 58%, Беларусь: 76%, Молдова 66%). Это подтверждает результаты недавнего исследования украинской молодёжи, которое показало, что «телевидение все ещё доминирует над Интернетом в качестве главного средства информации для украинской молодёжи (60% vs. 50%)” (Zarembo 2017: 19). Данная репрезентативная выборка молодёжи также продемонстрировала гораздо более низкую релевантность социальных сетей для получения информации относительно политики: только 12% респондентов указали, что они используют социальные сети для получения информации о политике (Zarembo 2017: 21).

В целом, только в Беларуси анализ показывает чёткие различия между средними уровнями поддержки тесного сотрудничества с ЕС по отношению к предпочитаемому типу СМИ для получения политической информации. В этой стране те, кто регулярно использует государственное телевидение и радио, в значительно меньшей степени поддерживают сотрудничество с ЕС, чем с Россией, в том время как те, кто регулярно использует частные (независимые) телеканалы, радио, и газеты, а также частые пользователи Интернета и социальных сетей, в значительно большей степени поддерживают сотрудничество с ЕС.

Мы не обнаружили большого количества значимых различий в средней поддержке между пользователями различных типов СМИ в Молдове и Украине, за исключением того, что те, кто регулярно читает государственные газеты в Молдове, поддерживают сотрудничество с ЕС в меньшей степени, а те, кто смотрит государственное ТВ в Украине - в большей. Но даже если средние значения не отличаются в значительной степени, СМИ влияют на распределение мнений, часто вызывая большую поляризацию, как это, скорее всего, происходит с использованием социальных медиа для получения политических новостей в Украине и Молдове. Поляризующий эффект использования СМИ делает результаты тестирования на различия средних значений между группами (t-test) менее резкими. Хотя различия не являются статистически значимыми в большинстве случае, это не означает, что выборки пользователей определенного типа СМИ и тех, кто ими не пользуются, не отличаются - средние значения остаются одинаковыми, но поддержка сотрудничества с ЕС движется к позитивному либо негативному полюсу шкалы.

Мы должны быть осторожными и не интерпретировать эти данные в терминах причины и следствия, например, что государственное телевидение *делает* белорусов скептичными по отношению к сотрудничеству с ЕС, так как существует вероятность, что эти различия в значительной степени объясняются самовыборкой. Тем не менее, эти различия остаются важными, пусть даже лишь в описательном и предсказательном смысле. Изучив роль использования СМИ, мы можем распространить данный анализ на другие корреляты поддержки сотрудничества с ЕС, для того, чтобы построить более полноценные модели и идентифицировать другие значимые предикторы.

4.5. Корреляты и предикторы поддержки тесного сотрудничества с ЕС

Приведённый выше анализ фокусировался на возможных эффектах фреймов, включённых в экспериментальные виньетки, а также на различия в поддержке сотрудничества с ЕС в зависимости от типа предпочитаемых СМИ. Однако, полученные нами данные позволяют провести дальнейший анализ. Мы можем исследовать взаимоотношения между демографическими характеристиками и установочными переменными, которые мы собрали, и поддержкой тесного сотрудничества с ЕС[9]. Такой анализ может выявить, какие переменные наиболее сильно и последовательно коррелируют с поддержкой Европейского союза. Хотя такая интерпретация не предполагает утверждения о причинно-следственных связях, тем не менее, такой анализ может дать нам некоторую информацию о коррелятах и предикторах поддержки сотрудничества с ЕС.

Результаты анализа представлены в Таблице 4 и являются представлением результатов серий многовариантных линейных регрессионных моделей. Все регрессии моделируют относительную

[9] Анкету можно получить по запросу

поддержку тесного сотрудничества с ЕС (остаточную поддержу за вычетом поддержки сотрудничества с Россией) на исходной шкале, где значения варьируют от -10 до +10. Модели отличаются наборами включённых в них предикторов: мы начали с простых моделей, включающих лишь демографические переменные, и постепенно увеличивали сложность моделей, добавляя установочные переменные.

Таблица 4. Мультивариантные линейные регрессионные модели поддержки более тесного сотрудничества с ЕС относительно России.

Имя переменной	Модель 1	Модель 2	Модель 3	Модель 4	Модель 5	Модель 6	Модель 7	Модель 8	Модель 9
(Свободный коэффициент)	0.66 (2.24)	-0.08 (2.34)	-0.14 (2.34)	-1.1 (2.33)	-2.93 (2.43)	-1.84 (2.46)	-2.3 (2.46)	-2.3 (2.46)	-0.44 (1.9)
Возраст	-0.01 (0.02)	-0.02 (0.02)	-0.02 (0.02)	-0.03 (0.02) *	-0.02 (0.02)	-0.01 (0.02)	-0.01 (0.02)	-0.01 (0.02)	0.02 (0.01)
Пол (1=мужской)	-0.45 (0.38)	-0.39 (0.4)	-0.34 (0.4)	-0.26 (0.4)	-0.15 (0.4)	-0.18 (0.4)	-0.25 (0.4)	-0.25 (0.4)	-0.32 (0.31)
Профессия									
частный сектор	1.89 (0.67) **	1.55 (0.69) *	1.47 (0.7) *	1.41 (0.7) *	0.86 (0.7)	0.92 (0.7)	0.76 (0.7)	0.76 (0.7)	0.87 (0.54)
госсектор	-0.31 (0.65)	-0.65 (0.67)	-0.73 (0.68)	-0.73 (0.67)	-0.96 (0.69)	-0.71 (0.7)	-0.79 (0.7)	-0.79 (0.7)	0.01 (0.54)
студент	3.04 (1.01) **	2.54 (1.06) *	2.41 (1.07) *	2.11 (1.07) *	1.52 (1.07)	1.72 (1.06)	1.56 (1.06)	1.56 (1.06)	1.62 (0.82) *
Образование	0.59 (0.52)	0.72 (0.55)	0.65 (0.56)	0.8 (0.55)	0.28 (0.58)	0.28 (0.58)	0.18 (0.58)	0.18 (0.58)	0.36 (0.44)
Страна									
Молдова	1.78 (0.53) ***	1.7 (0.56) **	1.71 (0.56) **	1.87 (0.55) ***	.02 (0.59) ^	1.36 (0.61) *	1.24 (0.61) *	1.24 (0.61) *	0.26 (0.47)
Украина	2.48 (0.45) ***	2.53 (0.47) ***	2.5 (0.47) ***	2.67 (0.46) ***	2.03 (0.46) ***	2.18 (0.46) ***	2.06 (0.46) ***	2.06 (0.46) ***	0.47 (0.38)
Использование СМИ (vol.)		0.12 (0.06) *	0.12 (0.06) ^	0.05 (0.06)	0.07 (0.07)	0.1 (0.07)	0.1 (0.07)	-0.02 (0.06)	-0.04 (0.05)
Пол. знания			0.2 (0.23)	0.18 (0.23)	-0.28 (0.24)	-0.28 (0.24)	-0.33 (0.24)	-0.24 (0.2)	-0.14 (0.18)
Пол. интерес				1.02 (0.31) **	0.53 (0.33)	0.39 (0.33)	0.36 (0.33)	0.25 (0.29)	0.18 (0.26)
Нетто- европейская идентичность					0.67 (0.09) ***	0.64 (0.09) ***	0.63 (0.09) ***	0.22 (0.09) *	0.18 (0.08) *
Трад. Ценности						-0.19 (0.08) *	-0.19 (0.08) *	-0.14 (0.07) *	-0.14 (0.06) *
Беспристр. управл.							0.19 (0.11) ^	0.06 (0.09)	0.06 (0.08)
Сотр. с ЕС полезно для безопасности								0.48 (0.04) ***	0.18 (0.05) ***
Сотр. с ЕС полезно для экономики									0.5 (0.06) ***
Adjusted R^2	**0.12**	**0.11**	**0.11**	**0.14**	**0.25**	**0.26**	**0.26**	**0.47**	**0.57**

В соответствии с результатами Модели 1, респонденты, работающие в частном секторе, а также студенты гораздо в большей степени поддерживают сотрудничество с ЕС по сравнению с безработными, пенсионерами и работающими в государственном секторе, причём эти отличия довольно велики (примерно два или три балла на 20-балльной шкале). Остаточные значения профессии, возраста, пола и образования не имеют значимых связей с поддержкой ЕС, что само по себе довольно интересно с учётом часто выражаемых ожиданий, что более старшие и менее образованные люди в меньшей степени поддерживают ЕС. Значительное влияние страны проживания для Молдовы и Украины (по сравнению с Беларусью) также не является неожиданным, и размер этого влияния сопоставим с влиянием профессии.

В Модели 2 мы добавляем переменную «использование СМИ», которая является индексом, показывающим, сколько различных СМИ-источников участники используют, чтобы получить заслуживающую доверия информацию (для каждого типа СМИ мы добавляем один пункт за периодическое использование и два - за частое). Эта переменная, как представляется, положительно и значимо связана с поддержкой тесного сотрудничества с ЕС, однако эффект относительно мал в содержательном смысле - респонденты, которым присвоено значение 16 (это означает, что они часто используют восемь типов СМИ), выражают поддержку ЕС лишь на два балла больше, чем те, которые не используют СМИ вовсе.

Модель 3 добавляет переменную «знания о политике», которая отслеживает знание респондентами простых фактов о международном сотрудничестве (столицу ЕС и количество стран-членов, а также является их страна членом Евразийского экономического сообщества или нет). Эта переменная не продемонстрировала значимой связи с поддержкой ЕС. Только в белорусской выборке наблюдаются следы положительного взаимоотношениям между знаниями и поддержкой (как показывает модель взаимодействия между фиктивными переменными знаний и страны, эта модель не показана в Таблице 4). Однако в целом, представляется, что политические знания как таковые (и о ЕС в частности) не являются предиктором поддержки ЕС, по крайней мере в нашей выборке, и так в целом ориентированной на поддержку ЕС.

Как показывает Модель 4, однако, интерес к европейским политическим вопросам («политический интерес») положительно и значимо связан с поддержкой сотрудничества с ЕС. Более того, это эффект значителен (респонденты, которые периодически обсуждают европейские политические события с друзьями и родственниками, получили два дополнительных пункта на шкале поддержки сотрудничества с ЕС по сравнению с теми, кто никогда этого не делает). Также следует заметить, что включение переменной политического интереса нивелируют значение влияния СМИ (а «политические знания» остаются незначимыми). Это означает, что при учёте политического интереса, само по себе использование СМИ не является независимо значимым для поддержки ЕС. Другими словами, при одинаковом уровне интереса к европейской политике, количество и разнообразие используемых СМИ не имеет связи с поддержкой ЕС. Конечно же, есть вероятность, что именно потребление СМИ до определённой степени влияет на интерес к европейским политическим событиям. Однако на данный момент у нас нет доказательств того, что эти две переменные обладают *независимым влиянием* на поддержку ЕС.

Модель 5 добавляет в набор предикторов европейскую идентичность. Влияние европейской идентичности является крайне значимым и значительным по размеру (значения переменной варьируют

от 0 до 10, так что респонденты с высоким рейтингом по этой шкале демонстрируют уровень предикативной поддержки ЕС почти на 7 баллов выше, чем респонденты на нижнем конце шкалы). Включение в модель остаточной европейской идентичности также значительно улучшает ее соответствие (значение приведённого коэффициента детерминации 0.25 по сравнению с 0.14 без этой переменной). С введением остаточной европейской идентичности, другие переменные, ранее связанные с поддержкой ЕС - например, профессия или интерес к политическим событиям - уже не имеют прежней значимости. Европейская идентичность также перехватывает часть влияния фиктивной переменной страны проживания. Таким образом, как только мы узнаем, насколько тот или иной респондент считает себя «европейцем» или «европейкой», дальнейшая информация об их профессиях, предпочтениях в использовании СМИ или политических знаниях не имеет значения для предсказания их уровня поддержки более тесного сотрудничества с ЕС. Следует повторить, что это не означает, что влияние европейской идентичности является по-настоящему независимым и причинно-следственным, так как идентичность сама по себе является продуктом процессов социализации, которые, в свою очередь, связаны с другими переменными, которые используются в наших моделях. Эффект остаточной европейской идентичности выше всего в Беларуси, и значительно ниже в Молдове, где остаточная поддержка как таковая наиболее высока (модель с взаимодействием страны проживания не показана).

В Модели 6 мы начинаем добавлять индивидуальные ценности и убеждения респондентов в качестве предикторов. Основываясь на анализе фреймов, представленном ранее, мы предположили, что эти факторы будут оказывать значительное и последовательное влияние на поддержку сотрудничества с ЕС, и оказались правы. Те, кто считает традиционную модель семьи и традиционный образ жизни крайне важными, в меньшей степени склонны поддерживать сотрудничество с ЕС, даже с учётом их идентичности, профессии, предпочтений СМИ и знаний о политике. Негативное влияние традиционных ценностей наиболее велико в Беларуси и почти не наблюдается в Украине. Интересно, что переменная, учитывающая важность для респондента либеральных ценностей (индивидуальные права и свободы, толерантность, свобода выбирать образ жизни) не имеет такой последовательный позитивной связи с поддержкой ЕС. Те, кто считает традиционные ценности важными, менее склонен поддерживать ЕС, в то время как признание важности либеральных ценностей не обязательно связано с более высоким уровнем поддержки.

Модель 7 добавляет к набору предикторов важность норм безличного управления. Эта переменная обладает позитивной и значимой связью с уровнем поддержки ЕС, и эта связь не зависит от влияния идентичности и традиционных ценностей. Размер этого влияния сравним с тем, которое оказывают традиционные ценности, хотя эффект является более изменчивым.

В Моделях 8 и 9 мы добавляем убеждения респондентов о результатах более тесного сотрудничества с ЕС (за вычетом соответствующих убеждений о сотрудничестве с Россией). Добавление остаточных убеждений относительно влияния на безопасность (Модель 8) ведёт к значительному улучшению соответствия модели (до приведённого коэффициента детерминации, равного 0.48). Как и ожидалось, поддержка сотрудничества с ЕС возрастает, когда респонденты в большей степени убеждены в том, что сотрудничество с ЕС оказывает положительное воздействие на безопасность страны. Этот эффект относительно велик - один пункт изменения в убеждении связан с половиной пункта изменения в поддержке, что является крайней значимым. Этот эффект последовательно проявляется во всех

операционализациях результирующей переменной (как 7-балльная упорядоченная категория, которую мы проанализировали в предыдущем разделе, как исходная (а не результирующая) поддержка ЕС и так далее). Интересно, что как только мы включили эти убеждения в модель, фиктивные переменные стран проживания потеряли своё значение. Это указывает на то, что любые средние различия между поддержкой ЕС в трёх странах могут быть объяснены через включение в модель убеждений респондентов о влиянии сотрудничества на безопасность (к сходному заключению можно прийти и относительно эффекта убеждений о влиянии сотрудничества с ЕС на нормы управления). Эффекты идентичности и традиционных ценностей меньше по размеру, хотя все же значимы.

Наконец, в Модели 9 мы добавляем убеждения относительно экономических эффектов сотрудничества с ЕС (за вычетом соответствующих убеждений относительно России). Этот эффект ещё больше по размеру и более значим, даже в тех случаях, когда в модель включены убеждения о влиянии сотрудничества на безопасность. Соответствие модели также улучшается (до приведённого коэффициента детерминации равного 0.57). Различия между странами по-прежнему не значимы, хотя в модели, включающей только убеждения относительно экономических аспектов, различия между странами по-прежнему наблюдаются. Интересно, что переменная, обозначающая статус «студент» имеет отдельный позитивный эффект, что указывает на то, что студенты более склонны поддерживать сотрудничество с ЕС даже при одинаковом уровне убеждений о результатах такого сотрудничества.

Подытоживая данный анализ, мы можем объяснить более чем 50% вариабельности остаточной поддержки ЕС в нашей выборке комбинацией установочных и демографических переменных. Убеждения по поводу результатов сотрудничества имеют наиболее сильную и последовательную связь с уровнем поддержки. Однако европейская идентичности и важность традиционных ценностей также оказывают сильное влияние на уровень поддержки. Когда убеждения принимаются во внимание, другие факторы - знания о политике, интерес к политике и предпочтения СМИ - уже не имеют особого значения. Сходным образом, различия между демографическими группами и даже между жителями различных стран нивелируются, если учитываются убеждения относительно сотрудничества.

Таким образом, убеждения относительно эффектов сотрудничества однозначно не являются эндогенными по отношению к процессу формирования предпочтений. Они являются продуктом социализации и, вероятно, подвержены влиянию СМИ, знаний и социально-экономического положения. С определённой осторожностью, мы все же рассматриваем убеждения как мощный медиатор, при знании которых другие факторы (такие, как использование СМИ и знания) уже не имеют дальнейшего предикативного потенциала.

5. Заключение

В этой работе мы планировали изучить, насколько различные послания, включённые во фреймы относительно международного сотрудничества (с ЕС, способны повлиять на мнение и предпочтения общественности в трёх странах Восточного партнёрства ЕС: Беларуси, Молдове и Украине. Мы использовали тематические нейтральные фреймы, а не оценочные личностные, основываясь на предшествующем исследовании медиа-мониторинга, который обнаружил, что именно эти характеристики присущи официальной коммуникации ЕС в регионе. Мы разработали виньетки, которые

включили в себя шесть фреймов, подчёркивающих шесть различных аспектов международного сотрудничества (экономика, безопасность, идентичность, традиционные и либеральные ценности, а также разделяемые нормы управления), и затем экспериментально протестировали эффекты этих фреймов.

В целом, мы обнаружили, что фреймы обладают лишь очень ограниченным и очень изменчивым влиянием на поддержку более тесного сотрудничества с ЕС среди населения стран Восточного партнёрства. Лишь два фрейма, как представляется, незначительно увеличивают уровень поддержки сотрудничества с ЕС - те, в которых говорится, что международное сотрудничество должно основываться на ***общих либеральных ценностях*** и на ***общих нормах безличного управления***. В ретроспективе, неудивительно, что короткие, тематические и нейтральные виньетки, которые мы использовали, оказали лишь незначительное влияние, особенно с учётом того, что темы сотрудничества с ЕС и Россией постоянно поднимаются в СМИ, причём по поводу преимуществ сотрудничества с каждым из них идёт интенсивная дискуссия. Тем не менее, наши результаты указывают на то, что безличные тематические нейтральные фреймы и дискурс имеют лишь ограниченное влияние на мнения и предпочтения граждан в медиа-среде, наполненной различной информацией и противоположными точками зрения относительно международного сотрудничества.

Одной из возможных причин того, почему мы не обнаружили значительного влияния фреймов, являются характеристики целевых групп населения, которые мы попытались исследовать. Двумя важными характеристиками здесь являются уже существующий уровень поддержки ЕС и понимание тем, связанных с международным сотрудничеством. Наши анкеты раздавались исследователями лично респондентам в самых разнообразных городских и сельских локациях. Несмотря на географические различия, наши респонденты уже обладали очень высоким уровнем поддержки ЕС, а также сильными убеждениями относительно преимуществ сотрудничества с ЕС в области экономики, безопасности, и других сферах. Это может до определённой степени отражать ситуацию в трёх странах, которые мы исследовали (хотя уровень поддержки наверняка был выше в нашей выборке, чем среди населения в целом), но это также создаёт серьёзные методологические вызовы для анализа экспериментальных данных. Выражаясь простым языком, когда существующий уровень поддержки ЕС уже высок, трудно ожидать, что в результате эксперимента с фреймами он поднимется ещё выше.

В нашем эксперименте использовались относительно простые, можно сказать абстрактные тексты на родном языке респондентов, и эксперимент проводился «очно», лицом к лицу. Однако, нам показалось, что даже эти простые и короткие виньетки не были поняты должным образом многими респондентами, на что указывает значительная часть людей, которые не смогли ответить, о чем говорилось в тексте, который они только что прочитали. Важно отметить, что понимание текста было связано с уровнем поддержки ЕС, таким образом, что участники с более низким уровнем поддержки ЕС обладали меньшим шансом понять прочитанный текст. В то же время понимание фрейма является важным инструментом его влияния. Это не является лишь методологическим вызовом. В содержательном смысле, это также подчёркивает тот факт, что эффективно коммуницировать с той частью населения в странах Восточного партнёрства, которая не поддерживает ЕС, очень сложно. В то же время, это именно та часть населения, которая обладает потенциалом для повышения уровня поддержки ЕС и усиления убеждений о преимуществах сотрудничества с ним.

Довольно неожиданно, фреймы оказались более эффективными в убеждении людей о преимуществах сотрудничества с ЕС, хотя изначально не были разработаны для этого. Участники с большей вероятностью соглашались с утверждением, что сотрудничество с ЕС выгодно для безопасности после прочтения виньетки о безопасности, с утверждением, что ЕС продвигает либеральные ценности после прочтения виньетки о либеральных ценностях, и с утверждением, что ЕС следует чётким правилам после прочтения фрейма об управлении. Есть вероятность, что участники воспринимали сигналы социального контекста, в котором целью эксперимента являлось изменение их убеждений, и вели себя соответственно. Но также вероятно, что после короткого размышления на тему, в чем должна заключаться суть международного сотрудничества, виньетки стимулировали изменения в оценке того, чего можно достичь более тесным сотрудничеством с ЕС.

Мы обнаружили гораздо более слабые доказательства того, что фреймы могут влиять на то, какие аспекты международного сотрудничества люди считают важными при формировании мнений и предпочтений относительно международного сотрудничества. Выражаясь простым языком, после прочтения виньетки, подчёркивающей важность экономического аспекта в международном сотрудничестве, люди не стали считать этот аспект сотрудничества более важным. Однако также оказалось (в противовес нашим теоретическим ожиданиям), что взаимоотношение между убеждением, что сотрудничество с ЕС приносит экономические выгоды, и поддержкой сотрудничества с ЕС не зависит от убеждения касательно важности экономического аспекта сотрудничества. На основе этих данных можно предположить, что люди считают, что для международного сотрудничества важны сразу несколько аспектов, и не выстраивают эти аспекты в какую-либо иерархию по важности.

Подытоживая экспериментальные результаты, наше исследование показывает, что тематические нейтральные фреймы обладают ограниченным потенциалом прямого влияния на предпочтения обычных граждан в сфере международного сотрудничества. Однако, они могут быть более эффективны в своём воздействии на соответствующие относительные убеждения по поводу международного сотрудничества с различными внешними акторами (например, на убеждение, что более тесное сотрудничество с ЕС приносит экономические выгоды людям). Эти убеждения сами по себе позволяют с большой точностью предсказывать предпочтения в сфере международного сотрудничества. Тематические фреймы обладают лишь небольшим и изменчивым влиянием на воспринимаемую важность отдельных эффектов международных отношений. Также, воспринимаемая важность отдельных аспектов не нивелирует связь между соответствующими убеждениями и предпочтением партнёров для сотрудничества.

Не ограничиваясь экспериментальными результатами, наши данные также позволяют сформулировать ряд предположений о структуре массовых предпочтений сотрудничества с ЕС в странах Восточного партнёрства. Исследуя различия в поддержке сотрудничества среди пользователей различных типов СМИ, мы обнаружили, что лишь в Беларуси существуют чёткие различия в *среднем* уровне поддержки, в то время как в Молдове и Украине использование определённых типов СМИ (включая социальные сети) связано со значительным уровнем *поляризации* мнений.

Мы также обнаружили, что европейская идентичность и поддержка традиционных ценностей являются значимыми предикторами поддержки тесного сотрудничества с ЕС и в значительной степени объясняют различия в уровне поддержки. Напротив, основные демографические переменные, а также предпочтения

СМИ и знания о политике, не имеют последовательной связи с поддержкой в том случае, когда учтены переменные, отражающие ценности и убеждения. Интерес к европейским политическим событиям является сильным предиктором поддержки сотрудничества. Однако, самая сильная и последовательная из обнаруженных нами связей - это связь между убеждениями людей о влиянии международного сотрудничества на экономику, безопасность, нормы управления и ценности с одной стороны, и поддержкой тесного сотрудничества с ЕС с другой. Как только эти убеждения принимаются во внимание, даже наиболее значительные расхождения в среднем уровне поддержки в Беларуси, Украине и Молдове практически исчезают.

6. Литература

Alexander, M. G., Levin, S., and Henry, P. J. (2005) 'Image theory, social identity, and social dominance: Structural characteristics and individual motives underlying international images', *Political Psychology* 26(1): 27-45.

Aarøe, L. (2011) 'Investigating frame strength: The case of episodic and thematic frames', *Political Communication* 28(2): 207-226.

Boräng, F., Eising, R., Klüver, H., Mahoney, C., Naurin, D., Rasch, D., and Rozbicka, P. (2014) 'Identifying frames: A comparison of research methods', *Interest Groups & Advocacy* 3(2): 188-201.

Dimitrova, A., Boroda, M., Chulitskaya, T., Berbeca, V. and Parvan, T. (2016) 'Soft, Normative or Transformative Power: What do the EU's communications with Eastern partners reveal about its influence?', *EU-STRAT Working Paper Series No. 1*, Berlin: Freie Universität Berlin, available at http://eu-strat.eu/wp-content/uploads/2017/04/EU-STRAT-Working-Paper-No.-1-1.pdf (accessed 24 November 2017).

Dimitrova, A., Frear, M. J., Mazepus, H., Toshkov, D. D., Boroda, M., Chulitskaya, T., and Ramasheuskaya, I. (2017) 'The Elements of Russia's Soft Power: Channels, Tools, and Actors Promoting Russian Influence in the Eastern Partnership Countries', *EU-STRAT Working Paper Series No. 4*, Berlin: Freie Universität Berlin, available at http://eu-strat.eu/wp-content/uploads/2017/08/Working-paper-no.4-D5.3-Final_v3.pdf (accessed 24 November 2017).

Druckman, J. N. (2004) 'Political preference formation: Competition, deliberation, and the (ir) relevance of framing effects', *American Political Science Review* 98(4): 671-686.

Druckman, J. N., Green, D. P., Kuklinski, J. H., and Lupia, A. (2006) 'The growth and development of experimental research in political science', *American Political Science Review* 100(4): 627-635.

Entman, R. M. (1991) 'Symposium framing US coverage of international news: Contrasts in narratives of the KAL and Iran air incidents', *Journal of Communication* 41(4): 6-27.

Entman, R. M. (1993) 'Framing: Toward clarification of a fractured paradigm', *Journal of communication* 43(4): 51-58.

Galeotti, M. (2016) 'Heavy Metal Diplomacy', *ECFR Policy Brief*, available at http://www.ecfr.eu/publications/summary/heavy_metal_diplomacy_russias_political_use_of_its_military_in_europe_since (accessed 10 April 2018).

Grabbe, H. (2015) *EU's Transformative Power*. London: Palgrave Macmillan.

Gross, K. (2008) 'Framing persuasive appeals: Episodic and thematic framing, emotional response, and policy opinion', *Political Psychology* 29(2): 169–192.

Herrmann, R. K., Voss, J. F., Schooler, T. Y., and Ciarrochi, J. (1997) 'Images in international relations: An experimental test of cognitive schemata', *International Studies Quarterly* 41(3): 403-433.

Herrmann, R. K., Tetlock, P. E., & Visser, P. S. (1999) 'Mass Public Decisions on Go to War: A Cognitive-Interactionist Framework', *American Political Science Review* 93(3): 553-573.

Hobolt, S. B. (2014) 'Ever closer or ever wider? Public attitudes towards further enlargement and integration in the European Union', *Journal of European Public Policy* 21(5): 664-680.

Hooghe, L., and Marks, G. (2004) 'Does identity or economic rationality drive public opinion on European integration?', *PS: Political science and Politics* 37(3): 415-420.

Hooghe, L. and Marks, G. (2008) 'A Postfunctionalist Theory of European Integration: From Permissive Consensus to Constraining Dissensus', *British Journal of Political Science* 39(1): 1-23.

Hurwitz, J. and Peffley, M. (1987) 'How are foreign policy attitudes structured? A hierarchical model', *American Political Science Review* 81(4): 1099-1120.

Hurwitz, J. and Peffley, M. (1990) 'Public images of the Soviet Union: The impact on foreign policy attitudes', *The Journal of Politics* 52(1): 3-28.

Iyengar, S. (1994) *Is anyone responsible? How television frames political issues.* Chicago: University of Chicago Press.

Kertzer, J. D., Powers, K. E., Rathbun, B. C., and Iyer, R. (2014) 'Moral support: How moral values shape foreign policy attitudes', *The Journal of Politics* 76(3): 825-840.

Koford, K. (2003) 'Experiments of Trust and bargaining in Bulgaria: The Effects of Institutions and Culture', Paper prepared for presentation in the international society of new institutional economics 7th annual meeting, Budapest, 11-13 September 2003.

Korf, V. (2013) 'Belarus's relations with Russia and the EU in the discourse of printed media [Otnoshenya Belarusi s Rossiyej i ES v diskurse pechatnykh SMI: Отношения Беларуси с Россией и ЕС в дискурсе печатных СМИ]', *Liberalnyi Klub*.

Maier, M., Adam, S., and Maier, J. (2012) 'The impact of identity and economic cues on citizens' EU support: An experimental study on the effects of party communication in the run-up to the 2009 European Parliament elections', *European Union Politics* 13(4): 580-603.

McLaren, L. (2002) 'Public support for the European Union: cost/benefit analysis or perceived cultural threat?', *Journal of Politics* 64(2): 551–88.

McLaren, L. (2006) *Identity, Interests and Attitudes to European Integration*, Houndsmills: Palgrave Macmillan.

Mintz, A., Yang, Y., and Mc Dermott, R. (2011) 'Experimental approaches to international relations', *International Studies Quarterly* 55(2): 493-501.

Nelson, T. E., Clawson, R. A., and Oxley, Z. M. (1997) 'Media framing of a civil liberties conflict and its effect on tolerance', *American Political Science Review* 91(3): 567-583.

Nelson, T. E., and Kinder, D. R. (1996) 'Issue frames and group-centrism in American public opinion', *The Journal of Politics* 58(4): 1055-1078.

Nelson, T. E., Oxley, Z. M., & Clawson, R. A. (1997) 'Toward a psychology of framing effects', *Political Behavior* 19(3): 221-246.

Nimmo, B. (2016) 'Three Thousand Fake Tanks' *Digital Forensic Research Lab*, available at https://medium.com/@DFRLab/three-thousand-fake-tanks-575410c4f64d (accessed 10 April 2018).

North, D. C., Wallis, J. J., and Weingast, B. R. (2009) *Violence and social orders: a conceptual framework for interpreting recorded human history*, Cambridge: Cambridge University Press.

Pomerantzev, P. and Weiss, M. (2014) 'The Menace of Unreality', *The Interpreter*, available at http://www.interpretermag.com/the-menace-of-unreality-how-the-kremlin-weaponizes-information-culture-and-money/ (accessed 20 March 2018).

Rathbun, B. C., Kertzer, J. D., Reifler, J., Goren, P., and Scotto, T. J. (2016) 'Taking foreign policy personally: Personal values and foreign policy attitudes', *International Studies Quarterly* 60(1): 124-137.

Risse, T. (2010) *A community of Europeans*. *Transnational identities and public spheres*, Ithaca: Cornell University Press.

Rossi, P. H., and Anderson, A. B. (1982) 'The factorial survey approach: An introduction' in Rossi, P.H. and Nock, S.L. (eds) *Measuring social judgments: The factorial survey approach*, Beverly Hills, California: SAGE Publications, pp.15-67.

Slothuus, R. (2008) 'More than weighting cognitive importance: A dual-process model of issue framing effects', *Political Psychology* 29(1): 1-28.

Sniderman, P. M., and Grob, D. B. (1996) 'Innovations in experimental design in attitude surveys', *Annual Review of Sociology* 22(1): 377-399.

Tversky, A., and Kahneman, D. (1985) 'The framing of decisions and the psychology of choice', in V. T. Covello, J. L Mumpower, P. J. M. Stallen, and V. R. R Uppuluri (eds) *Environmental Impact Assessment, Technology Assessment, and Risk Analysis*, Berlin/Heidelberg: Springer, pp. 107-129.

Vysotskaya Guedes Vieira, A. (2014a) 'Ukraine's Crisis and Russia's Closest Allies: A Reinforced Intra-Alliance Security Dilemma at Work', *The International Spectator* 49(4): 97-111.

Vysotskaya Guedes Vieira, A. (2014b) 'The Politico-Military Alliance of Russia and Belarus: Re-Examining the Role of NATO and the EU in Light of the Intra-Alliance Security Dilemma', *Europe-Asia Studies* 66(4): 557-577.

Zarembo, K. (2017) 'Ukrainian Generation Z. Attitudes and Values', Friedrich-Ebert-Stiftung, available at http://neweurope.org.ua/wp-content/uploads/2017/11/Ukr_Generation_eng_inet-3.pdf (accessed 23 February 2018).

Дополнительный материал

Часть I Текст экспериментальных виньеток *(оригинал на английском языке является основным, переводы на русский, украинский и молдавский языки осуществлялись с английского оригинала)*

С1 (без виньетки: контрольное условие)

Пожалуйста, ответьте на вопросы прилагаемой анкеты в соответствии со своим мнением, взглядами и убеждениями. Спасибо за ваше участие!.

Вводное предложение для С2-С7: Пожалуйста, прочитайте предложенный текст и ответьте на вопросы прилагаемой анкеты в соответствии со своим мнением, взглядами и убеждениями. Спасибо за ваше участие!

С2 (экономический фрейм)

Экономические интересы являются основой международного сотрудничества. Сотрудничество между странами должно вести к повышению уровня жизни граждан. Беларусь должна тесно сотрудничать с теми странами, которые приносят инвестиции и способствуют повышению благосостояния обычных людей. Тесное сотрудничество способствует повышению уровня жизни людей и создает основу для будущего процветания всего общества, особенно для наших детей. Если страны не сотрудничают, жизнь обычных людей становится хуже, и они упускают возможности для развития и улучшения своего благосостояния.

С3 (фрейм безопасности)

Интересы безопасности являются основой международного сотрудничества. Сотрудничество между странами должно приносить гражданам выгоды в плане безопасности. Беларусь должна тесно сотрудничать с теми странами, которые могут помочь обеспечить безопасность обычных людей. Тесное сотрудничество способствует улучшению жизни людей и создает основу для безопасности всего общества, особенно для наших детей. Если страны не сотрудничают, жизнь обычных людей ухудшается из-за неопределенности и нестабильной обстановки, в которой они живут.

С4 (фрейм идентичности)

Общая идентичность: общие история, язык или религия являются основой международного сотрудничества. Сотрудничество между странами должно быть основано на схожей идентичности (например, на основе общего исторического происхождения, языка или религии). Беларусь должна сотрудничать с теми странами, в которых у обычных людей схожая с нами идентичность, то есть с теми, где живут люди, похожие на нас. Для тесного сотрудничества страны должны быть частью одного сообщества, основанного на общей истории, языке или религии, и таким образом сохранить его для детей. Если страны с общей идентичностью не сотрудничают, то жизнь обычных людей ухудшается из-за утраты связей с людьми с общим языком, схожей историей и религией.

C5 (фрейм традиционных ценностей)

Общие ценности являются основой международного сотрудничества. Сотрудничество между странами должно быть основано на общих традиционных ценностях. Беларусь должна сотрудничать с теми странами, в которых обычные люди сохраняют традиционную модель семьи и придерживаются традиционного образа жизни. Для тесного сотрудничества между странами необходимо, чтобы в обществах разделялись традиционные ценности, которые можно передать своим детям. Если страны с традиционными ценностями не сотрудничают, жизнь обычных людей ухудшается, потому что утрачиваются традиционные ценности и образ жизни.

C6 (фрейм либеральных ценностей)

Общие ценности являются основой международного сотрудничества. Сотрудничество между странами должно быть основано на таких разделяемых либеральных ценностях как: индивидуальные права и свободы, толерантность и свобода выбирать собственный образ жизни. Беларусь должна сотрудничать с теми странами, в которых уважаются индивидуальные права и свободы, толерантность и свобода выбирать собственный образ жизни. Для тесного сотрудничества между странами необходимо, чтобы в обществах разделялись либеральные ценности, которые можно передать своим детям. Если страны с либеральными ценностями не сотрудничают, жизнь обычных людей ухудшается, потому что индивидуальные права и свободы не соблюдаются, люди становятся менее толерантными и не могут выбирать собственный образ жизни.

C7 (формальные нормы управления)

Схожие нормы управления являются основой международного сотрудничества. Сотрудничество между странами должно быть основано на схожих нормах управления. Беларусь должна сотрудничать с теми странами, которые следуют четким формальным правилам при инвестировании и предоставлении финансирования отдельным людям или регионам. Финансирование должно распределяться прозрачно и подотчетно в соответствии с объективными критериями, так, чтобы граждане могли видеть, на что расходуются их деньги. Наши личные связи не должны иметь при этом никакого значения. Для тесного сотрудничества между странами необходимо придерживаться формальных правил и норм, поскольку в этом случае возможности для профессиональной и личной реализации наших детей не будут зависеть от личных связей. Если страны с общими нормами управления не сотрудничают, жизнь обычных людей ухудшается: они не могут влиять на проводимую в государстве политику и теряют возможности участвовать в решении важных для них общественных проблем.

Часть II Выборка, проверка внимательности и манипуляции

Выборка

Анкетирование и сбор данных проводились с помощью партнерских организаций в Беларуси, Молдове и Украине (SYMPA в Беларуси, IDIS 'Viitorul' в Молдове и UIPP в Украине). Хотя наши ресурсы не позволили нам собрать репрезентативные выборки участников, мы все же стремились максимально диверсифицировать пул респондентов, собирая данные в различных регионах, а также в городских и сельских локациях. Белорусская выборка была собрана в четырёх городах (Минск, Гродно, Гомель и Вильнюс[10]) и окрестностях Минска, молдавская выборка - в семи регионах (Chișinău, Ialoveni, Orhei, Comrat, Călărași, Cimișlia, and Anenii Noi), и украинская выборка - преимущественно в пяти городах Одесской области, в Киевской области с дополнительными небольшими выборками в Черниговской и Полтавской областях. Выбор локаций и участников не был случайным. Наши партнёры организовали сбор данных в различных локациях, используя методологию «снежного кома», который начинался с их разнообразной сети контактов. Анкета раздавалась различным группам в бумажном виде и заполнялась шариковой ручкой.[11] Участникам излагалась инструкция по заполнению и форма согласия (напечатанная или зачитанная, и те, кто выражал согласие, приглашались затем участвовать в анкетировании.[12] Важно, что участники затем в *случайном порядке* получали анкеты с различными экспериментальными условиями, что было ключевым аспектом дизайна данного эксперимента.

Чтобы учесть возможные не полностью заполненные анкеты, эффекты малого размера группы, и вариабельность внутри выборки, мы попросили партнёров собрать 180 анкет в каждой стране (всего 540, или 77 анкет на каждое экспериментальное условие). В целом, мы получили даже большее количество, а именно 579 заполненных анкет во всех трёх странах (207 в Беларуси, 183 в Молдове и 189 в Украине).

Медианный возраст в нашей выборке был 37 лет (первый квинтиль до 27 и третий квинтиль до 50). Женщины составили 57% выборки. У пяти респондентов было только начальное образование, у 8% - среднее, у 14% - среднее специальное, у остальных - высшее. По профессии группа разделилась следующим образом: 41% работали в государственных или бюджетных организациях, 38% - в частных, общественных организациях или были самозанятыми, 4% безработных, 6% студентов, а оставшиеся 9% составили пенсионеры. Выборка также достаточно разнообразна в смысле интереса к политике, знаниям о политике, и предпочитаемым типам средств массовой информации.

Приведём несколько примеров для того, чтобы проиллюстрировать соотношение нашей выборки и характеристик населения в каждой из трёх исследованных стран. Согласно данным Всемирного банка от 2016 года, женщины составили 49-54 % населения в трёх рассматриваемых странах, так что в нашей выборке было лишь немногим больше женщин. В зависимости от источника, а также от определения

---

[10] В Вильнюсе мы использовали выборку белорусских студентов, преподавателей и административных сотрудников Европейского гуманитарного университета частного некоммерческого гуманитарного университета, первоначально основанного в Минске и перебазировавшегося в Вильнюс в 2004 году.

[11] В Беларуси, из-за различного рода ограничений, часть анкет выдавалась один-на-один с респондентами.

[12] В соответствии с этическими правилами EU-STRAT, участники также были проинформированы о том, что их участие является добровольным и они могут прекратить его в любое время без каких-либо последствий для себя. Им также сообщалось, что их личные данные собирались таким образом, чтобы их нельзя было по ним идентифицировать, и что со всеми данными будут обращаться согласно правилам конфиденциальности и только для целей исследования.

высшего образования, среди населения Молдовы, Беларуси и Украины доля людей с высшем образованием составляет 19%, 24% и 29% соответственно[13]. В нашей выборке доля людей с высшим образованием составляет 78%, что означает, что представленные нами результаты действительны преимущественно для людей, имеющих высшее образование. Медианный возраст в Беларуси составляет 40 лет, в Молдове 36.7, и в Украине 40.6, что приблизительно соответствует нашей выборке[14]. Что касается имиджа ЕС среди граждан этих трех стран, респонденты в нашей выборке были гораздо более склонны к позитивной оценке ЕС по сравнению с респондентами репрезентативной выборки в опросе граждан стран Восточного партнерства, который провел Ecorys (2017: 10)[15]. Таблица А1 также демонстрирует, что в нашей выборке было меньше людей с нейтральным отношением. Процент респондентов с негативным имиджем ЕС схож в нашей выборке и выборке Ecorys для Беларуси, однако наша выборка содержала меньше людей с негативным отношением в Молдове и Украине.

Таблица А1. Сравнение выборок

Имидж ЕС*	Беларусь		Молдова		Украина	
	Ecorys	Наша выборка	Ecorys	Наша выборка	Ecorys	Наша выборка
Позитивный	35 %	73 %	43 %	74 %	43 %	80 %
Нейтральный	53 %	24 %	39 %	16 %	35 %	16 %
Негативный	6 %	4 %	17 %	10 %	16 %	4 %

* В обеих анкетах вопрос был сформулирован схожим образом и касался имиджа ЕС по мнению респондента. Шкала анкеты Ecorys изначально включала пять пунктов, которые затем редуцировались до трех категорий: позитивный (включал ответы «крайне позитивный» и «достаточно позитивный»), нейтральный и негативный (включала ответы «достаточно негативный» и «крайне негативный»). В нашей шкале было 10 пунктов согласия и одно утверждение «у меня негативное представление о ЕС». Мы придали баллам обратные порядковые номера и редуцировали их до тех же трёх категорий: позитивный (от 7 до 10), нейтральный (от 4 до 6) негативный (от 0 до 3).

Проверка внимательности

Чтобы убедиться, что респонденты не отмечали случайные ответы в анкете, мы перевернули оценочную шкалу для некоторых вопросов, следующих друг за другом: например, мы спросили респондентов, согласны ли они с утверждением «[Моя страна] должна более тесно сотрудничать с ЕС» и сразу же затем, согласны ли они с утверждением «В целом, у меня негативное представление о ЕС» (и затем мы проделали то же самое с вопросами относительно России. Поскольку вероятность того, что кто-то полностью соглашается (10 баллов по шкале), что их страна должна сотрудничать с ЕС и при этом имеет крайне негативное представление о ЕС, крайне мала, мы можем предположить, что респонденты, ответившие подобным образом, заполняли анкету не вдумываясь и, как следствие, должны быть исключены из выборки. В общем, 62 человека не смогли пройти по крайней мере одну из двух проверок на

[13]http://naviny.by/rubrics/society/2014/05/20/ic_articles_116_185560 (based on UNESCO data); http://www.futureskills.org.ua/ua/map (based on the data of the State Statistics Service of Ukraine); https://data.worldbank.org/indicator/SE.TER.CUAT.BA.ZS?locations=MD (World Bank data) (accessed 16 March 2018).

[14] Central Intelligence Agency, The World Factbook, available at https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/fields/2177.html (accessed 16 March 2018).

[15] Ecorys (2017) Annual Survey Report: Regional Overview. Open Neighbourhood—Communicating for a stronger partnership: connecting with citizens across the Eastern Neighbourhood, June 2017, available at https://www.euneighbours.eu/sites/default/files/publications/2017-10/EUNEIGHBOURSeast_AnnualSurvey2017report_EaP_OVERVIEW_0.pdf (accessed 16 March 2018).

внимательность.

Проверка манипулирования

Чтобы проверить, поняли ли участники опроса экспериментальные виньетки, мы попросили их выбрать основную тему прочитанного ими короткого текста из списка, содержащего шесть вариантов (совпадающих с темами наших шести виньеток). Правильный выбор сделали 297 участников, или 61% от общего количества (уже после того, как из выборки были удалены недостаточно внимательные респонденты, описанные выше). Это достаточно низкое значение с учётом того, что задача была довольно простой и в тексте виньетки содержалось достаточно сигнальных слов, указывающих на её тему. Таблица А2 представляет обзор распределения правильных ответов в зависимости от экспериментального условия (фрейма). Главное наблюдение здесь заключается в том, что многие респонденты отметили «экономические преимущества» в качестве главной темы своего фрейма, даже если в нем не шла речь ни о каких экономических вопросах или проблемах.

Таблица А2. Распределение респондентов в зависимости от фрейма и результаты проверки манипулирования

Фрейм	**N неправильных**	**N правильных**	**% правильных**
Контроль	0	71	100%
Экономика	13	50	79%
Управление	32	33	51%
Идентичность	34	37	52%
Либ. ценности	35	37	51%
Безопасность	36	34	49%
Трад. ценности	37	35	49%
ВСЕГО	**187**	**297**	**61%**

Есть вероятность, что респонденты интерпретировали этот вопрос в более широком смысле, как имеющий отношение к их собственным мнениям о сути международного сотрудничества, а не к тому, о чем шла речь в тексте. Однако, мы не обнаружили позитивной корреляции между согласием респондентов с утверждением «Сотрудничество должно приносить людям экономические выгоды» и неправильным указанием темы текста как «Экономические преимущества». Более тривиальное объяснение этого явления заключается в том, что опция «Экономические преимущества» стояла первой в списке.

Чтобы попытаться выяснить глубинные причины, почему респонденты неправильно отвечали на вопрос проверки манипуляции, мы сконструировали логистическую регрессионную модель. Основываясь на ней, мы можем указать, что возраст и разнообразие потребляемых медиа негативно коррелируют с вероятностью правильного ответа, в то время как интерес к политике коррелирует позитивно. В дополнение к этому неожиданному эффекту использования СМИ мы также обнаружили, что образование и знания о политике не имеют особого значения. В Молдове большинство респондентов не прошло проверку манипуляции, но это также страна с самым высоким средним возрастом респондентов в выборке.

Большая часть представленных выше данных ограничена той группой респондентов, которая прошла проверку манипуляции (так как мы можем быть до определённой степени уверены, что они поняли текст виньеток). Однако, с этим решением связаны определённые методологические сложности, так как переменная поддержки ЕС и европейская идентичность кажется связанной с тем, прошли респонденты тест на манипуляцию или нет. Если это действительно системный эффект, он может исказить наши результаты, так как группы, которым было предъявлено условие фрейма, не является сравнимой с контрольной группой (которая не проходила тест на манипуляцию). Однако, также вероятно, что все фреймы увеличили поддержку ЕС, что вылилось бы в такую же корреляцию с прохождением теста на манипуляцию, которую мы наблюдаем. В любом случае, в моделях, представленных выше, мы учитываем индивидуальные данные возраста (если не указано иначе), чтобы сбалансировать контрольную группу и группы, которым были предъявлены фреймы.

Часть III Описательная статистика

Переменная	Среднее значение	Медианное значение	Стандартное отклонение	Min	Max	N
Поддержка тесного сотрудничества с ЕС	*8.38*	*10*	*2.19*	*0*	*10*	*501*
Поддержка тесного сотрудничества с Россией	*4.71*	*5*	*3.31*	*0*	*10*	*501*
Относительная поддержка тесного сотрудничества с ЕС (vs. с Россией)	3.67	4	4.15	-10	10	497
Сотрудничество должно приносить экономические выгоды	9.30	10	1.27	1	10	499
Сотрудничество должно помогать безопасности	9.01	10	1.65	0	10	495
Сотрудничество должно быть основано на общей идентичности	5.20	5	3.40	0	10	491
Сотрудничество должно усиливать общие ценности	8.55	10	1.93	0	10	493
Сотрудничество должно быть основано на общих нормах управления.	7.77	9	2.62	0	10	493
Тесное сотрудничество с ЕС приносит экономическую выгоду	*7.63*	*8*	*2.46*	*0*	*10*	*500*
Тесное сотрудничество с ЕС повышает безопасность	*6.92*	*7*	*2.80*	*0*	*10*	*498*
ЕС поддерживает традиционные ценности	*4.92*	*5.00*	*2.83*	*0.00*	*10.00*	*500*
ЕС поддерживает либеральные ценности (индекс из 3)	*8.07*	*8.67*	*1.93*	*0.00*	*10.00*	*501*
ЕС следует формальным правилам (индекс из 2)	*6.81*	*7*	*2.66*	*0*	*10*	*495*
Тесное сотрудничество с Россией приносит экономическую выгоду	*5.57*	*6*	*3.12*	*0*	*10*	*498*
Тесное сотрудничество с Россией хорошо для безопасности	*3.94*	*4*	*3.43*	*0*	*10*	*497*
Россия поддерживает традиционные ценности	*7.16*	*7.50*	*2.50*	*0.00*	*10.00*	*500*
Россия поддерживает либеральные ценности (индекс из 3)	*3.83*	*3.67*	*2.68*	*0.00*	*10.00*	*500*
Россия следует формальным правилам (индекс из 2)	*3.37*	*3*	*3.07*	*0*	*10*	*494*
… Приносит экономические выгоды (ЕС-Россия)	2.05	2	4.18	-10	10	494
… Помогает безопасности (ЕС-Россия)	3.00	4	5.02	-10	10	492
… Поддерживает традиционные ценности (ЕС-Россия)	-2.26	-2.50	4.31	-10	10	498
… Поддерживает либеральные ценности (ЕС-Россия)	4.25	4.67	3.84	-10	10	499
… Следует формальным правилам (ЕС-Россия)	3.47	4	4.61	-10	10	487
Традиционные ценности важны (индекс из 3)	7.63	8.50	2.54	0	10	500
Либеральные ценности важны (индекс из 2)	8.51	9	1.51	3	10	498
Предпочтение формальных правил (индекс из 3)	6.67	6.67	1.80	0	10	502
Считают себя европейцами	*6.92*	*8*	*3.29*	*0*	*10*	*427*
Считают себя русскими	*1.77*	*0*	*3.08*	*0*	*10*	*406*
Считают себя европейцами - русскими	5.12	6	4.72	-10	10	393
Возраст	38.39	37	13.66	15	96	476
Использование СМИ (индекс)	7.44	7	3.28	0	16	466
Знания о политике	1.84	2	0.84	0	3	505
Интерес к политике	4.73	5	2.03	0	8	492

ЕС и страны «Восточного партнерства»
От внутреннего к внешнему анализу

В условиях продолжающегося на территории Украины военного конфликта и нарастания напряжения в отношениях с Россией все более очевидна необходимость пристальной переоценки Европейской политики соседства. Для выяснения разнообразия общественных укладов в странах ВП и склонности внутренних акторов к переменам, в рамках исследовательского проекта EU-STRAT проводится глубинный анализ вызовов, с которыми сталкиваются страны ВП и Европейский Союз в процессе трансформации. Проект также направлен на определение модели влияния двухсторонних, региональных и глобальных взаимозависимостей на предпочтения и масштаб действий внутренних субъектов стран.

Сплотив одиннадцать партнеров в составе консорциума, отличающегося высочайшими стандартами в области академических заслуг, формирования политики и менеджмента, EU-STRAT создает новые и укрепляет имеющиеся связи между исследовательским сообществом и кругами, занимающимися формированием политики, по вопросам отношений со странами ВП сегодня и в будущем.