

КАКОЙ ДОЛЖНА БЫТЬ ЕВРАЗИЙСКАЯ МЕЧТА?

Николай АЛЕКСЕЕВ

n.alekseev@souzveche.ru

■ Об отношении россиян и белорусов к интеграции «СВ» рассказал один из ведущих социологов России, исполнительный директор агентства «Евразийский монитор» Игорь Задорин.

КРИЗИС ОБНАЖИЛ ВСЕ ПРОБЛЕМЫ

- Повлиял ли кризис на евразийскую интеграцию?

- Евразийский союз похож на младенца, которого сразу кинули в холодную воду. Помимо экономических трудностей было и много внешнеполитических проблем. Давление, которое оказывается извне на Россию, затрагивает всех членов ЕАЭС. И другим странам союза надо определяться по отношению к этим конфликтам.

В тех странах, которые представляют собой ядро Евразийского союза - Беларусь, Россия, Казахстан, - тяга друг к другу увеличилась. А в странах СНГ на «периферии интеграции» усилились центробежные тен-

денции. При этом в каждом государстве есть разнообразные группы с разным мнением. И те группы, которые симпатизировали России, стали еще лучше к ней относиться, а те, кому она не нравилась, еще больше укрепились в своем негативе.

- А как поменялись настроения в самой России?

- Она ранее отличалась повышенной долей автономистов - тех, кто в наших опросах говорил, что «не надо нам никаких союзов - сами проживем». Так вот, число автономистов в РФ уменьшилось за время этого кризиса. Люди понимают, что нельзя быть в одиночестве.

- Молодежь и старшее поколение в странах ЕАЭС по-разному оценивают интеграцию?

- У старших есть определенная ностальгия по Советскому Союзу, а у молодежи ее нет. Но это половина объяснения. Принципиальный вопрос заключается в ощущении личных перспектив. Старшее поколение ориентировано больше на обеспечение, а молодежь - на самореализацию.

Например, проевропейская стратегия Украины основывалась на том, что молодежи обещали большие перспективы при вхождении в Евро-союз. И молодые это активно поддержали. А у нас в ЕАЭС нет такой информационной политики, где бы мы говорили о перспективах каждого человека в отдельности. Все время говорится о каких-то «хозяйствующих субъектах». А что конкретному человеку дает интеграция? Нужно ответить на этот вопрос.

ИМИДЖ КАК ВАЛЮТА

- Вы как-то говорили, что если Евразийский союз не предложит свою мечту, то развалится. Экономические вопросы - не главное?

- Не могу сказать, что это не главное, но одной экономики недостаточно. Все время привожу пример с Украиной и Россией. Такого количества хозяйственных связей не было ни у кого в СНГ. Интегрированность экономик была огромная, а культурно-идеологическое расхождение оказалось катастрофическим.

- Европейская мечта пока-

залась более привлекательной?

- Европа является эмитентом ценной «валюты» - стать европейцем, выступать человеком, за плечами которого стоит многовековая европейская культура, европейские ценности. Это для многих украинцев круче, чем связи с РФ и рациональный расчет. Капитализация страны уже в значительной степени зависит не столько от экономики, сколько от ее престижа, признания. Вот Китай производит товаров больше, чем все остальные. Но он не может предоставить им должную цену...

- Выпуская такой же iPhone, он продает его в десять раз дешевле?

- Да, потому что Made in China. Для многих стран Made in Europe - это бренд. Почему страны Восточной Европы в ЕС захотели? Не только для того, чтобы приблизиться к западному образу жизни, но и для того, чтобы приобщиться к бренду. Их товар теперь - например, из Словакии - это уже «Сделано в Европе».

- То есть Евразийский союз должен стать привлекательным брендом?



ДОСЬЕ «СВ»

Игорь Задорин родился в 1958 году. Окончил Московский физико-технический институт, аспирантуру Института социологии РАН. В 1989-м организовал Исследовательскую группу «ЦИРКОН». В 1997 - 1999 годах возглавлял отдел изучения общественного мнения Администрации Президента РФ. В настоящее время - руководитель «Социологической мастерской Задорина» и агентства «Евразийский монитор».

- Нужны символические ценности, создающие «добавленную стоимость» нашей экономике. Когда произносят «Евразийский союз», люди должны сразу что-то к этому в уме прибавлять. Должна звучать какая-то сверхценность.

В ЗЕРКАЛЕ ЭКРАНА

Средства массовых... эмоций

- В странах СНГ ориентируются на российское ТВ. Еще в 2010 году вы делали исследование о его проблемах. Изменилось ли оно с тех пор?

- Изменилось. У нас недавно было еще одно исследование. Заказал его один фонд, чья гипотеза предполагала, что СМИ транслируют разрушительные для семьи ценности. Лет десять назад так и было. А сейчас ситуация иная. Не могу сказать, что наше ТВ стало ангельским, но теперь оно более структурировано. Раньше, смотря какой-либо канал, человек мог внезапно наткнуться на что угодно - на кровь, мат, обнаженку. При этом нередко рядом с экраном оказывались дети. Сейчас же контент разделен и локализован на определенных каналах и в четких временных рамках. При этом отмечу, что СМИ уже давно не поставщики одной только информации. Это по большей части поставщики эмоций.

ЧЕХОВ БЫЛ БЫ РАД

- Чехов говорил, что «нашему человеку не хватает желания желать». А как сейчас?

- Желаний явно прибавилось. Не могу сказать, что произошло какое-то глобальное изменение менталитета нашего человека, но в последние годы он живет в ситуации постоянного стимулирования его потребностей. Вся рыночная экономика стоит на том, что ежедневно подстегивает человека что-то покупать, заказывать, брать кредиты.

Мечтают по-прежнему мало, но желания появились. Человек в условиях дефицита

и нерыночной экономики сдерживал себя. Сейчас стал амбициознее.

- Это ведь впервые в истории у нас сложилась такая система. Есть амбиции построить новое будущее - то, чего еще не было?

- У всех сейчас такой шанс есть. У всего человечества. И определяется это скорее не экономикой или политикой, а новыми технологиями. Они радикально меняют жизнь. Все социологи и мыслители говорят, что мы стоим перед каким-то фундаментальным поворотом, который будет в середине века. Человечество либо взлетит, либо погрузится в варварство.

МЕНТАЛИТЕТ

ОТНОШЕНИЕ К ИНТЕГРАЦИИ В СТРАНАХ ЕАЭС

