УДК 327(470+571)
ББК 66.2(2Рос)

А.Ю. Голобородько

ИМИДЖ СТРАНЫ В МИРОВОМ ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ: К ВОПРОСУ О «МЯГКОЙ СИЛЕ» ВЛИЯНИЯ

A.Yu. Goloborodko
The State Image in the Information Space Worldwide: on the "Soft Power" of Influence

The author's opinion on the "soft power" tools for positioning of Russia in the information space worldwide is presented. The relevance of using efficient political technologies for assurance of national security of Russia is justified.

Key words and word-combinations: image of the state, information space, tools of influence, national security.

Представлена авторская позиция относительно инструментария «мягкой силы» позиционирования России в мировом информационном пространстве. Предложено обоснование использования эффективных политических технологий для обеспечения национальной безопасности России.

Ключевые слова и словосочетания: имидж страны, информационное пространство, инструменты влияния, национальная безопасность.

В современных условиях, в эпоху информационного общества, значительно изменяется природа политической власти; она перемещается в виртуальное пространство – в мир образов, имиджей и символов.

Сегодня уже не столько военная мощь, сколько возможности оказания воздействия на сознание (и подсознание) человека являются составляющей политического успеха государств [1, с. 208].

Традиционная «жесткая» власть в мировой политике, основанная на военной силе, экономических санкциях и угрозах, постепенно уступает первенство «мягкой» власти культуры, информации и образов [2, с. 66].

Именно поэтому в контексте эффективного позиционирования России как мировой державы стратегическим приоритетом явля-

ется разработка эффективной имиджевой стратегии и определение концепции национального брендинга, призванной продвигать позитивный имидж нашей страны в каналах коммуникации. Успех российской внешней политики сегодня во многом зависит от умелого использования ресурсов гибкой власти – символического капитала культуры, политических ценностей и смыслов, сконцентрированных в новом имидже. Положительный имидж России – это власть ее политических идеалов и культурных символов, привлекательность политических лидеров и культурных достижений, непрерывно транслирующихся по мировым каналам коммуникаций и вызывающих интерес у мирового сообщества [2, с. 66].

Представляется необходимым рассмотреть факторы и инструменты укрепления информационно-идейного наполнения политики позиционирования России в мировом пространстве многоаспектных коммуникаций, политики формирования положительного имиджа страны, являющейся, по нашему мнению, весьма ценной и значимой в координатах обеспечения национальной безопасности России.

Полагаем, в предлагаемых координатах изучения наша позиция весьма близка точке зрения П. Жуковой, считающей, что «значение нормативно-ценностной сферы для безопасности современного общества возрастает … положительный имидж обеспечивает развитие экономической и социальной сферы страны, способствует эффективному разрешению различных противоречий в отношениях с другими странами и иными субъектами на международной арене» [3, с. 55].

Тезис о том, что социальные, политические, экономические и культурные условия функционирования сегментов (прежде всего «в разрезе стран») мирового сообщества существенно актуализировали проблемы, связанные с феноменом имиджа, не требует дополнительной аргументации. Вопросы имиджа, образа, бренда государства (страны) – на повестке дня обсуждения как интеллектуальной, так и политической элитой, поскольку очевидно, что имидж одного государства, создаваемый другими, серьезно влияет на восприятие мировым сообществом и гражданами этих стран. В связи с этим важной представляется планомерной работы над созданием позитивного имиджа государства [4].

Механизм формирования образов России есть совокупность целенаправленных действий в мировом имиджевом пространстве; ядром этого механизма могут быть доминанты имиджа, научно обоснованные и активно внедряемые в сознание человека [4].

Имидж страны не только объективирует базовые национальные ценности и интересы, но и отражает цивилизационный вектор развития, а также модернизационный выбор власти. «Имидж не есть овеществленная реальность, – полагает Э. Галумов, – это то, что человек себе представляет о конкретном предмете (явлении) или как он его воспринимает. Это категория управляемая, которую можно …. конструировать и трансформировать по нашему желанию» [5, с. 10].

Политолог И.Ю. Глинская исходит из того, что имидж государства следует рассматривать как позитивный ориентир, к которому необходимо стремиться с целью отстаивания своих национальных интересов. Именно поэтому России, для того чтобы сохраниться как экономически сильному, самостоятельному государству, имеющему свои культурно-исторические традиции, национальное

самосознание, духовные основы, требуется разработка имиджевой политики в качестве самостоятельной политической линии, тесно связанной как с внутренней, так и внешней политикой [6].

М.А. Коломенский определяет внешнеполитический имидж государства как целенаправленно формируемый специалистами по связям с общественностью и политической элитой образ страны, призванный оказывать политическое и эмоционально-психологическое воздействие в пространстве мирового общественного мнения [7]. По мнению исследователя, внешнеполитический имидж государства выполняет несколько базовых функций. Во-первых, это функция социокультурной и политической идентификации, позволяющая реципиентам отождествлять образ страны с определенной политико-культурной традицией. Во-вторых, это функция идеализации образа посредством обеспечения позитивного информационного поля вокруг государства и проекции на него определенных положительных характеристик. В-третьих, это информативно-коммуникативная функция, способствующая поддержанию конструктивного диалога с другими государствами на международной арене [7].

Современными исследователями выделяется определенная матрица построения и восприятия образа государства, включающая следующие «шаги»: а) в массовое сознание проецируется политико-географический образ страны в виде выгодного политико-географического плацдарма, на который будут нанесены другие образы; б) на этот сформированный образ наносится привлекательный и характерный только для этой страны природно-ресурсный образ в виде природного пейзажа; в) полученный своеобразный природно-географический портрет «оцивилизовывается» посредством культурного образа в виде национального символа, составляющего историческое наследие страны и узнаваемого в мире; г) на природно-цивилизационно-культурный фон накладывается образ народа как положительного персонажа [8].

Механизмы формирования имиджа государства глубоко раскрывает концепция символического капитала культуры французского философа и социолога П. Бурдье и теория гибкой власти американского политолога Дж. Ная. Известно, что Джозеф Най предложил термин «soft power» – «гибкая власть», власть информации и образов, власть коммуникационных потоков: именно такая власть способна получить желаемое через привлечение, а не через подавление.

Символический капитал культуры представляет собой своего рода когнитивное пространство, объединяющее коллективную память, культурные символы, духовную сферу социума; символический капитал – это капитал чести и престижа. При этом очевидно: если экономический капитал непосредственно и напрямую конвертируется в деньги и институционализируется в системе прав собственности, то культурный капитал может конвертироваться в экономический капитал и быть институционализирован в самых различных формах, в том числе в виде имиджа государства. Мировая практика убедительно, на наш взгляд, свидетельствует о том, что именно культура сегодня способна стать «точкой роста» и ключевым фактором развития государств, городов, территорий, поскольку она обладает потенциалом, который по долговременности и значимости превосходит потенциал экономических реформ [3, с. 67–68].

Культура и культурная политика призваны играть важную роль в формировании положительного имиджа России, в том числе в контексте национальной безопасности: именно культурная составляющая в имиджевых коммуникациях государства содержит в себе наибольший ресурс эффективного имиджевого позиционирования страны в международном пространстве коммуникаций.

По мнению Ю.Г. Волкова, «…Россия всегда была и будет интересна миру своей культурно-цивилизационной самодостаточностью, многообразием народов, живущих веками созидательной и мирной жизнью» [9, с. 12].

В настоящее время уровень использования Россией «гибкой» («мягкой») силы как инструмента позиционирования и фактора укрепления своего геополитического влияния, очевидно, не соответствует масштабу культурного потенциала страны, использование которого в качестве инструментария имиджевой стратегии минимизировано. С. Караганов, например, в свойственной ему риторике справедливо отмечает: этот провал и с точки зрения силы, и с точки зрения определения современной российской идентичности тем более обиден, что в мире идей и образов Россия и для себя, и особенно для внешнего мира – наследница, во-первых, величайшей литературы, а во-вторых – истории блистательных военных побед, борьбы за свою независимость и суверенитет [10].

Следует подчеркнуть, что один из главных, принципиально важных факторов оптимизации возможностей использования потенциала культуры в пространстве инструментов «мягкой» силы государства – поиск и нахождение национальной идентичности, точек «самоосознания», «самовоссоздания» и «самообретения», поиск культурных скреп единства народа, которые бы сочетали лучшее в культуре России с устремленностью в будущее. И.А. Василенко метко подмечено, что символический капитал культуры невозможно искусственно сконструировать: сила его символического воздействия – в том общественном резонансе внутри страны, который транслируется вовне энергетикой национального культурного единства.

Применительно к задачам исследования предпосылок формирования положительного имиджа страны на основе определения и использования идентификационных векторов, раскрывая природу продуктивных инструментов обретения национальной идентичности в современной России, совершенно справедливо, на наш взгляд, профессор Ю.Г. Волков полагает, что социокультурное (в отличие от социально-политического и социально-экономического) поле идентификации является в современных условиях наиболее перспективным с точки зрения консолидации общества. Именно в пространстве уникального культурного наследия и традиционных духовных ориентиров смыслоориентированной жизни и деятельности в социуме наши сограждане обладают относительно равными возможностями для самореализации и достижения чувства национальной гордости [9, с. 50–51].

В аспекте практического «преломления» исследований следует подчеркнуть, что вопрос о феномене «обретения идентичности» как одном из главных когнитивных ресурсов эффективной стратегии укрепления положительного имиджа страны в рамках государственной культурной политики эксплицируется, на наш взгляд, тем очевидным фактом, что важнейшим компонентом имиджевой

стратегии является обращение к архетипам и кодам культуры. Это обусловливает, в частности, возможность разработки базовых смысловых концептов – слоганов имиджевой концепции. Так, при позиционировании идеи «сильной России» логичным и целесообразным представляется обращение гносеологически значимым концептам – «территория», «природные ресурсы», «человеческий капитал», «духовные скрепы», «традиции» и другие [3].

Продолжая тему релевантных, на наш взгляд, практических шагов в сфере реализации политики продвижения позитивного образа России в международном информационном и культурном пространстве, выделим несколько направлений.

Во-первых, это активная интеграция в мировой культурный процесс, предусматривающая в том числе подготовку и реализацию международных проектов в сфере культурного сотрудничества и обмена, способствующих росту престижа российской культуры, в частности продвижение классического и национального искусства. Во-вторых, повышение продуктивности международного телерадиовещания как инструмента внешней государственной политики. В-третьих, расширение и активизация сотрудничества со странами Содружества Независимых Государств (СНГ) посредством: а) создания и поддержки деятельности новых институтов многостороннего взаимодействия в сфере гуманитарных отношений; б) проведения на постоянной основе форумов творческой интеллигенции государств – участников СНГ и т.д.; в) разработки и реализации эффективного инструментария позиционирования российского образования.

В-четвертых, развитие взаимодействия на качественно новом уровне с авторитетными международными организациями в сфере сохранения культурного наследия (ЮНЕСКО, Всемирная сеть по культурному наследию, Форум славянских культур и др.).

Полагаем, именно естественный межкультурный диалог, «народная дипломатия» и усилия по продвижению позитивного образа России в международном информационном пространстве способны стать эффективными инструментами «мягкой силы» как фактора укрепления международного авторитета страны.

Принципиально важными считаем также усилия государства и общества в области создания условий для изучения и популяризации за рубежом русского языка и культуры народов России как весомого сегмента пространства международного культурно-гуманитарного сотрудничества [11].

В заключение следует отметить, что при бесспорности и верифицируемости практикой современного мироустройства тезиса о том, что культура способна стать сегодня ключевым фактором развития государств, а также на основе того, что культурный потенциал и поле социокультурных традиций России действительно значительны, актуальной задачей представляется разработка и реализация инструментария формирования и активного продвижения положительного имиджа России средствами культуры и культурной политики. Это предполагает также его использование и в пространстве национальной безопасности.

На наш взгляд, вопросы «мягкой силы», изучаемые в рамках формирования положительного имиджа как гносеологический (а также исследовательский) феномен и инструмент укрепления геополитического влияния страны в пространстве международных культурных, социальных, образовательных и других

коммуникаций, могут быть рассмотрены в дискурсе современных политологических инноваций, в центре которых – когнитивная политология. Известно, что базовой «матрицей» когнитивной политологии являются категории «смысл», «понимание», «интерпретация», «ценности», «дискурс» [12].

«Единство всякой культуры, – утверждает О. Шпенглер, – опирается на единство языка ее символики» [13, с. 245]. Основываясь на этом, весьма ценном в контексте выбранной парадигмы исследования, мнении основоположника теории культурно-исторических типов, необходимо отметить, что в условиях стремительного развития инфотелекоммуникационных технологий релевантным и совершенно оправданным представляется выдвижение в авангард современного инструментария укрепления внутри- и внешнеполитического влияния стран конструктов «семиосферного порядка», одним из которых, очевидно, и выступает феномен имиджа.

Символическая природа имиджевого пространства призвана воздействовать на сферу как сознания человека («когнитивная сторона символики»), так и подсознания (психические процессы, протекающие без прямого отражения их в сознательной сфере), а потому игнорирование указанного вектора политических технологий может иметь по отношению к национальной безопасности современной России самые серьезные последствия.

Библиографический список

1. *Багдасарян В.Э., Сулакшин С.С.* Властная идейная трансформация: Исторический опыт и типология / под общ. ред. В.И. Якунина. М., 2011.

2. *Василенко И.А.* Имидж России: концепция национального брендинга // Проблемный анализ и государственно-управленческое проектирование (политология, экономика, право). 2012. Вып. 4. С. 66.

3. *Жукова П.И.* Имидж России и ее безопасность: диалектика взаимосвязи // Власть. 2010. № 2. С. 53–55.

4. *Гринберг Т.Э.* Образ страны, или имидж государства: поиск конструктивной модели. URL: http://mediascope.ru/node/252

5. *Галумов Э.А.* Имидж против имиджа. М., 2005.

6. *Глинская И.Ю.* Политические механизмы формирования позитивного имиджа России: автореф. дис. … д-ра полит. наук. М., 2010.

7. *Коломенский М.А.* Формирование внешнеполитического имиджа современной России (2000–2007 гг.): автореф. дис. … канд. полит. наук. М., 2008.

8. *Безотосный И.А.* Позитивный имидж России: конструирование и репрезентация символической социальной реальности: автореф. дис. ... канд. филос. наук. Краснодар, 2011.

9. *Волков Ю.Г.* Гуманистическая идеология и формирование российской идентичности. М., 2006.

10. *Караганов С.* В чём сила, брат? // Рос. газ. 2012. 28 нояб., № 5947. URL: http://www.rg.ru/2012/11/28/karaganov.html

11. Основные направления политики Российской Федерации в сфере международного культурно-гуманитарного сотрудничества. URL: http://www.mid.ru/ns-osndoc.nsf/osndd

12. Старостин А.М. Философия социально-гуманитарных инноваций. Ростов н/Д., 2012.

13. *Шпенглер О.* Избранное. М., 2004. Т. 1.