

□

Всякое государство есть уникальный по набору конгломерат ценностей, национальных интересов, специфических особенностей географического положения, характеристик внутригосударственной экономической системы, социальных и политических процессов, этнических и культурных особенностей, традиций, нравов и обычаев, эволюционирующих в перманентно развивающемся сообществе людей. Всякое государство есть уникальный по набору конгломерат ценностей, национальных интересов, специфических особенностей географического положения, характеристик внутригосударственной экономической системы, социальных и политических процессов, этнических и культурных особенностей, традиций, нравов и обычаев, эволюционирующих в перманентно развивающемся сообществе людей. Перечисленное так или иначе участвует в формировании имиджа страны в глобальном измерении, которое не происходит «само собой». Имидж страны как раз и базируется на исторических, геополитических, цивилизационно-культурных, этнорелигиозных, демографических и иных основаниях.

Исследование образа России в глазах зарубежной общественности (или как его еще называют — геополитического образа России) связано с определенными сложностями.

Во-первых, на протяжении трех последних столетий территория страны, несмотря на серьезные колебания, оставалась весьма обширной, поэтому создание одного-двух базовых имиджей и манипулирование ими малоэффективно.

Во-вторых, учет преимуществ и недостатков геополитического положения России не всегда был адекватным реальности, что вело к известному искажению её облика.

В-третьих, большинство находящихся в политическом и внешнеполитическом «обороте» образов России зачастую основываются лишь на очевидных физико-географических особенностях или на весьма поверхностной идеологической оценке.

С учетом изложенных факторов формирование позитивного образа России в глобальном измерении, на самом деле, представляется проблемой и государства, и общества. Для ее решения требуется моделирование нескольких наиболее действенных концептов страны и дальнейшая их оценка с целью определения оптимально соответствующих национальным интересам.

Развитие любого государства невозможно в отрыве от глобального мирового пространства. Накопленный в России и в других странах мира опыт государственного строительства неопровержимо свидетельствует о том, что в современных условиях усиления доминант разделения мира на зоны влияния стран — мировых лидеров решение важных государственных задач России должно осуществляться при всестороннем учете глобальных международных тенденций. Сегодня никого не нужно убеждать в том, что обеспечение национальной безопасности России, укрепление суверенитета и сохранение территориальной целостности её зависят от политических и экономических позиций страны на мировой арене, от развития равноправного и взаимовыгодного международного сотрудничества с другими государствами. Следовательно, альтернативы сбалансированной интеграции РФ в постоянно трансформирующуюся модель мировых хозяйственных отношений нет. Развитие направлений, форм и механизмов такой интеграции должно осуществляться при координирующей роли властных институтов и олицетворяющих власть персоналий.

Что же мы имеем изначально? Каков «генеральный статус» Российской Федерации в обозначенных выше глобально-государственных контекстах?

Минимально возможный набор выглядит следующим образом.

Россия — это необъятные просторы и воистину щедрые природные богатства. Это разноплановая культура, гибко сочетающая в себе ценности Восточного и Западного архетипов и творчески использующая их. Это, наконец, талантливейший народ, выдержавший

тяжелейшие испытания в крупнейших драмах отшумевших эпох и доказавший неоднократно свою негиблемость и волю. Динамика истории сформировала в нём ценнейшие привычку и потребность в коллективном труде и действии, проявляемых в священных интересах всего государства, закрепила и развила замечательный дар новаторства и первопробства [1].

Чтобы понять реальные перспективы сегодняшней России, необходимо, на наш взгляд, четко уяснить, что XXI век грозит быть веком жесточайших цивилизационных схваток и конкуренции за источники сырья, владение которыми обеспечит возможность выживания на планете. При этом Запад объективно интересуется только судьба так называемого «золотого миллиарда», под который и формируется новейший сценарий установления мирового господства небольшой группой государств, руководимых транснациональным капиталом. Такая идея (идея глобализации), безусловно, связана с уничтожением самобытных культур других народов, разрушением их национальной самоидентификации и государственности.

Кроме того, мир переживает очередную «цивилизационную ломку», связанную со становлением «информационного общества». Неизмеримо возросли объемы информации, увеличилось ее содержательное многообразие, массовым порядком внедряются новые технологии, позволяющие передавать целые базы данных практически на любые расстояния в реальном масштабе времени.

Названные важнейшие тенденции мирового развития не могут не сказываться на смещении акцентов в имиджевых партитурах стран.

Нельзя не видеть, что Россия сегодня как раз и сделалась ареной жестокой конкуренции за источники сырья между ведущими государствами планеты, полем, на котором решается не только ее судьба, но в значительной степени и судьба всего человечества. Такова главная особенность, накладывающая отпечаток на имидж России первого десятилетия XXI века. История поставила РФ в центр резко усилившихся планетарных противоречий между странами. И чтобы противостоять негативным тенденциям, стратегия ее развития и действий должна базироваться на научно обоснованной теории, в том числе и по формированию собственного позитивного образа.

В связи с тем, что государство – важнейший фактор формирования и развития нации, обеспечивающий внутреннюю связь между различными классами, национальностями, а также отношения внутри них, политические аспекты таких взаимоотношений являются решающими при определении образа страны. А поскольку политика – это деятельность в сфере взаимодействий между большими социальными группами, то, по существу, можно считать, что любые взаимоотношения между нациями, народностями и отдельными социальными группами носят имиджевый характер.

Как общественное явление политика имеет достаточно сложную структуру влияния на имидж страны. Эта сложность обуславливается многоплановостью и противоречивостью связей субъектов политических отношений и многофакторностью их воздействия на различные аспекты внутри- и внешнеполитического образа страны. Реализация такого воздействия невозможна без определенной системы политической власти, по сути, представляющей собой механизм политического влияния, с помощью которого формируется имидж страны, происходит его трансформация и трансляция.

Таким образом, необходимо четко представлять, в чем состоит взаимный интерес государства и общества; в чем смысл деятельности властных институтов в аспекте проблемы формирования здорового социально-психологического климата в обществе и как следствие – позитивного имиджа страны; как способствовать осознанному, правильному выбору поведенческой модели общества по отношению к власти.

Анализ и программирование этих весьма непростых аспектов возможны лишь там, где, во-первых, существует гражданское общество, свободное от абсолютного диктата политической власти, и, во-вторых, где власть считается с позицией общества и беспокоится о своей репутации и имидже страны. В предложенном контексте значительная роль отводится общественному мнению – действенному институту гражданского общества, активно участвующем в формировании глобальных имиджевых параметров.

Понятие «гражданское общество» – одно из центральных в западной политологии.

Аристотель, Макиавелли, Руссо, Гегель, Монтескье, Локк, Гоббс, Кант и другие великие умы подробно проанализировали содержание указанного термина. Обобщённо суть выработанной ими диспозиции укладывается в следующую схему: гражданское общество находится вне государства и оппозиционно ему во всем. В том, как власть умеет нейтрализовать постоянно возникающие противоречия, и проявляется суть образа страны и самой власти.

Если говорить о политической истории России, то в ней имидж власти обладает своими специфическими особенностями. Прежде всего, это вызвано тем, что гражданского общества европейского образца у нас никогда не было. Государство всегда господствовало над обществом, поэтому представители государственной власти обладали преимуществом по сравнению с другими, даже самыми привилегированными, сословиями. Экономические и политические преобразования в значительной степени осуществлялись сверху, путем государственного принуждения, причем превыше всего ставились интересы государства и обороны.

Соответственно, и институт общественного мнения имеет в РФ пока очень небольшой по историческим меркам опыт существования. За годы перестройки и первого постсоветского десятилетия россияне стремительно прошли путь от приказного единомыслия через так называемую «гласность» к реальному политическому плюрализму и свободе слова. В указанный период общество сформировало достаточно независимый в своих оценках и суждениях голос. Однако говорить о том, что общественное мнение в России полноправно функционирует в качестве гражданского института, пожалуй, рановато.

Имиджмейкеры власти пока не осознали в полном объеме важность формирования гражданского общества как безальтернативного пути развития демократии в России. Поэтому их усилия во многом не соответствуют заявленной цели утверждения имиджа правового государства в глазах зарубежной общественности. В результате существует опасность постепенного исключения России из европейского контекста развития, а также усиления опасного и несправедливого мнения о том, что все происходящее у нас соответствует непредсказуемому и неуравновешенному национальному характеру загадочных русских и крайне низкому уровню российской демократии.

Многие исследователи указывают на то, что национальное самосознание – одна из самых устойчивых доминант, присутствующих в современном обществе. На этом фундаменте строится конструкция национальной идентичности, включая культурный и политический аспекты. Решающим фактором в формировании феномена национальной идентичности является историко-политический контекст. Он выражается, например, в мифологическом, культурном или политическом национализме [2].

В качестве базиса могут рассматриваться архетипы древнейшего опыта. В своем роде это аккумулированный опыт наших предков, противостоявших враждебным силам. Под влиянием архетипов формируются новые или усиливаются прежние ценностные ориентации общества, ощущающего себя единым этносом [3]. Объединившиеся на позициях национальной идентичности группы людей, как правило, начинают одинаково оценивать политические события. Национальная идентичность тем самым являет собой одну из основ построения позитивного имиджа страны в глазах общественности, так как предлагает реальную базу для консолидации общества [4].

Основываясь на анализе архетипической составляющей, некоторые исследователи, например, Г. Почепцов, считают, что сейчас отчетливо просматривается возможность применения ряда мифологических образов, свойственных нашей культуре и языку, которые могут быть положены в основу имиджа России и ее национальной идеологии [5]. Давно и хорошо известны отдельные из них, неоднократно и всесторонне обсуждавшиеся в разнообразных дискуссиях:

-временное безмолвие («...придет время, и русский народ наконец-то скажет миру свое веское слово...»);

- простор как черта русского менталитета («...бескрайние просторы Родины»);
- богоизбранность («народ-богоносец», «покровительство Пресвятой Богородицы»);
- промежуточность («Россия – связующее звено между Западом и Востоком»);
- особый статус России в истории человечества (мессианское предназначение, «Третий Рим» и пр.);
- непостижимость для других («...умом Россию не понять»).

Применение принципа мифологичности в формировании имиджа государства, в частности, идей-символов, давно и прочно вошло в арсенал ведущих зарубежных специалистов. Их опыт не является тайной за семью печатями и может быть творчески развит с учётом адаптации к российским условиям.

Проблема международного восприятия России жестко увязана с формируемой сегодня иерархией государств и местом в ней нашей страны. Так, Л. С. Рубан справедливо отмечает, что в системе современного миропорядка вокруг имиджа России сложилась несколько парадоксальная ситуация. Статус сверхдержавы достался ей в наследство от СССР, мощное ядерное оружие стратегического назначения которого позволяло ему долгие годы возглавлять Восточный блок, соперничая с Североатлантическим альянсом и США. Трансформация миропорядка из двухполюсного в однополярный и кардинальные изменения во внешне- и внутривнутриполитической сферах России привели к ситуации, когда «великая держава», по-прежнему обладающая могучим ядерным потенциалом, находится в глубокой зависимости извне и де-факто перешла в разряд стран «третьего мира», занимая 70-е место по индексу человеческого развития.

Нельзя не заметить и другого: безальтернативность гегемонии США и НАТО не сделала мир более счастливым. Яркие тому примеры – разрешение косовского кризиса, «победы» над Афганистаном и Ираком... Особую обеспокоенность у нас вызывает то, что год от года голос России в крупных политических акциях общемирового значения учитывается всё меньше и меньше.

Вместе с тем с началом нового тысячелетия не только в среде учёных, но и массовым порядком приходит понимание, что старые парадигмы мирового устройства, отношений между государствами, этносами, культурами и их носителями, конфессиями и другими социальными образованиями безнадежно устарели и могут привести весь мир к катастрофе [6]. Общепризнанны, по крайней мере, следующие деструкции.

1. Как и в период биполярного противостояния двух сверхдержав, когда цивилизация балансировала на грани глобальной ядерной войны, сегодня с появлением новых региональных центров силы, а также амбициозных государственных режимов у мирового сообщества опять нет уверенности в собственной ядерной безопасности.

2. Человечество осознало пагубность загрязнения окружающей среды и свою ответственность за это перед будущими поколениями.

3. Процессы формирования глобального информационного общества таят в себе угрозу разрушения самобытных культур и их носителей [7].

4. Как показывают события последних нескольких лет, человечество не в состоянии пока адекватно реагировать на проблему глобального терроризма.

Осознание этих угроз и их доминантное обозначение во внешней политике любого государства, в том числе и России, является неременным условием формирования положительного международного имиджа страны. В настоящее время и в обозримой

перспективе следует ожидать возрастания конфликтных факторов в международных отношениях. Рост международного престижа России будет зависеть от того, насколько адекватно наша страна сможет реагировать на стремительные изменения внешних ситуаций, одновременно разрешая внутрироссийские социально-экономические и этнополитические проблемы.

Международные отношения – весьма плодотворная среда для формирования имиджа любого государства. Системность возникновения и функционирования имиджа страны тесно связана с системностью самих международных отношений [8]. Главное направление использования имиджа государства в международных отношениях – идеологическое: формирование выгодных общественных мнений, обеспечивающих достижение определенных политических целей. В методологическом плане это и есть макроуровень, на котором, как правило, сознательно конструируются те или иные образы страны.

Показательный пример – создание преимущественно негативного имиджа современной России, помещённого внутрь западного представления (системы ценностей) о том, что является собой образ страны. В рассматриваемой конструкции произведена ловкая подмена содержательных оснований, вследствие чего проблемы конкретного политического взаимодействия между Россией и странами Запада стали рассматриваться сквозь призму «чуждости» российской культуры западной. В результате имидж России оказался отброшенным на периферию позитивных смыслов и как бы зажатым более мощными и действенными образами других стран.

Не последнюю роль в утверждении негативного отношения к России играют СМИ — один из эффективнейших инструментов формирования имиджевого поля. Именно благодаря СМИ образ нашей страны за последние десять лет в значительной степени ухудшился. Анализ многочисленных публикаций в зарубежных источниках показывает, что в сознании мировой общественности укрепился образ вечно «догоняющей» лидеров России [9].

Начнём с того, что международный имидж России как отсталой в экономическом и социальном отношении страны во многом был сформирован в результате информационной войны США против СССР [10]. Сегодня многоканальные СМИ отлучают от цивилизованного мира уже не социалистическую систему, а российское общество. Подтверждением тому являются мнения специалистов, тиражируемые в зарубежных источниках. Так, например, Ричард Пайпс, профессор истории Гарвардского университета, считает, что позитивные характеристики российской государственности (геополитическое положение, площадь занимаемой территории, численность населения, его состав и др.) явно не коррелируют с образом могучей державы. Терпимость российского общества к объективно существующим в стране проблемам преподносится профессором как врожденный фатализм российской нации [11].

Широко популяризировано мнение и другого гарвардского профессора – Джеффи Сакса: «Беды нынешней России – отсутствие системы, которая ошибки исправляла бы. Главной проблемой российских реформ была коррупция. Виктор Черномырдин возглавил один из самых коррумпированных процессов приватизации в истории человечества. Ресурсы на десятки миллиардов долларов раздали бесплатно людям, политически связанным с правительством. В конце концов это подорвало всю финансовую систему. Правительство не могло и не хотело собирать налоги с политически могущественных фирм. И не получало должных доходов от продажи природных ресурсов, поскольку «дарило» их...» [12]

Как это ни парадоксально, но в зарубежных СМИ и общественном мнении образ России даже в критических ситуациях «холодной войны» был менее негативным, нежели ныне, когда Россия официально признала главную ценность Запада – рыночную экономику [13]. В период существования Советского Союза, по оценкам Г. Почепцова, С. Лисовского и др., резко отрицательное отношение к советской системе и настороженность по поводу любых шагов властей СССР сочетались с сочувствием к русскому народу как наследнику великого культурного прошлого [14]. Напротив, теперь многие зарубежные СМИ противопоставляют российское общество цивилизованному миру. Подобное резкое изменение отношения Запада к России позволяет говорить о том, что на смену антисоветизму пришла так называемая

«русophobia». Это явление в западных СМИ формируется, по мнению экспертов, на основе приписываемых всем без разбора представителям России тяги к деструктивным поступкам, пьянству, разрушению, жестокости [15].

Не способствует утверждению положительного образа России и работа российских СМИ. Исследования показывают, что после 1991 года газеты и журналы во многом перестали исполнять роль информационного координатора общества. Механизм информационного воздействия существенно изменился. Московские газеты с небольшими тиражами формируют стереотипы восприятия, под влияние которых попадают политики. Последние, в свою очередь, воздействуют на информационно-политологическое сообщество и т. д. Таким образом, через прессу навязываются оценки, подходы, мотивы поведения политических деятелей. Те же самые стереотипы в массы широко тиражирует телевидение [16].

В результате процесс передачи информации по линиям «власть – общество», «центр – регионы», «государство – зарубежье» приобретает искаженный характер. Средства массовой информации и общественное мнение существуют независимо друг от друга, усилиями медиасообщества общественное осознание существенно деформируется. Отсутствие реального механизма обратной связи между обществом и властью делает нестабильной и незащищенной всю общественную ситуацию.

Иррациональный характер приобретает и работа СМИ по освещению действий власти. Почти любое решение властных органов представляется как принятое под влиянием тех или иных «темных сил» и форс-мажорных обстоятельств. Такое положение в принципе снижает привлекательность образа страны в глазах собственной и мировой общественности.

Задача нейтрализации распространяемой в стране и за её пределами дезинформации о России предполагает прогнозирование вероятной реакции оппозиционных сил на инициативы российской стороны. Неверно думать, что политика и пропаганда действуют на параллельных курсах: на практике вторая неизменно обслуживает первую. Потому любой заказной «черный пиар» поддается прогнозу. И заниматься всем комплексом взаимосвязанных вопросов такого рода должны специалисты совершенно особой сферы — публик рилейшнз. Наиболее авторитетный эксперт в области теории и практики ПР Сэм Блэк в этой связи отмечал: «Деятельность служб ПР в центральных и местных органах власти (по формированию образа страны) призвана способствовать развитию демократии и расширению информированности общественности...» [17]

Исследования показывают, что приемы и технологии ПР могут быть эффективно применены для продвижения положительного образа России в сознание собственной и мировой общественности. Для этого необходима интеграция знаний и профессиональных усилий социологов, экономистов, специалистов по управлению и организационному развитию, психологов, консультантов по предвыборным технологиям, спичрайтеров, спиндокторов, политологов и других профессионалов в деле разработки концепции формирования положительного имиджа России. Такая программа должна проводиться при всестороннем участии органов государственной власти и управления Российской Федерации и выделяться в качестве приоритетной задачи, решение которой обеспечит устойчивую эмоционально-психологическую среду, благоприятную для всесторонней интеграции России в глобальное мировое сообщество.

В настоящее время накоплен богатый практический опыт использования приемов и технологий Публик рилейшнз в деятельности органов государственной власти по позиционированию страны. Исходя из оценки субъектов коммуникативных связей, имидж государства следует строить на следующих трех основаниях:

Во-первых, он должен подаваться как некий субъект (т. е. персонифицироваться), выполняющий определенный набор функций, главная из которых – власть. Поэтому необходимо как можно лучше показывать людям, чем в действительности занимаются президент и правительство. В этой связи важнейшим направлением формирования имиджа страны становится информированность граждан.

Во-вторых, стране необходимо иметь свою «репутацию», т. е. постоянно позиционировать положительные черты своего имиджа.

В-третьих, требуется утвердить в общественном мнении характер, сущность страны — т. е. то, чем на самом деле она является. В этом контексте мы опять возвращаемся к проблеме чёткого формулирования национальной идеи, консолидирующей нацию.

Итак, имидж страны аккумулирует в себе различные культурно-исторические смыслы. Изучение и систематизация информации, представленной в различных аналитических материалах российских и зарубежных авторов, позволяют в свете основных положений теории массовой коммуникации сформировать направления, в разрезе которых должен создаваться позитивный образ России в глобальном пространстве:

1. Стабильность Российской Федерации во всех сферах общественной жизни, устойчивость внутригосударственной системы власти и управления, предсказуемость России и ее идеологическая открытость, способствующая формированию о России только тех представлений, которые соответствуют действительности.

2. Привлекательность российской экономической системы для внешних инвесторов, связанная не только с совершенствованием государственных механизмов обеспечения их прав и гарантий на территории России, но и с правильным преподнесением потенциальным инвесторам информации и акцентированием их внимания на объективных преимуществах работы с Россией.

3. Высокая образованность, нравственность российского общества, несопоставимые с его характеристикой как отсталого, «вечно догоняющего».

4. Влиятельность информационно-политического потенциала России, обеспечивающая надежность и устойчивость коммуникативных связей России со странами мира и являющаяся надежным проводником идеологии демократизации общества.

Принципиальная позиция состоит в том, что нейтрализация негативных репутационных характеристик России в глобальном информационном пространстве и задача формирования нового образа Федерации является стратегически важным направлением государственного строительства и лежит в плоскости адаптации приемов и технологий ПР. Здесь нельзя суетиться, но и не следует медлить далее. «Догоняющая» Россия должна обеспечить себе новый качественный статус России «реально догнавшей».

Статья опубликована

[на сайте ИАА "Мик" 17 марта 2004 г.](#)

[на сайте ИАИ "Интернет против телеэкрана"](#)

[1] См.: Федотов А. П. Глобалистика. С. 224.

[2] См. об этом: Почепцов Г. Теория и практика коммуникации (От речей президентов до переговоров с террористами). М.: Центр, 1998.

[3] См.: Федоркина А. П. Феномен сознания в контексте социального психоанализа. М., 1997. С. 177.

[4] См.: Захарова С. Е. Некоторые психологические особенности имиджа ведущих российских политических партий // Наука и образование. Якутск. 2001. № 4.

[5] См.: Почепцов Г. Послекоммуникативные процессы // Рациональность и семиотика дискурса. М., 1994. С. 251.

[6] См. об этом: Абдеев Р. Ф. Философия информационной цивилизации. М., 1994.

[7] См.: Окинавская Хартия Глобального Информационного Общества. Цит. по: Информация. Дипломатия. Психология. М.: Известия, 2002. С. 602.

[8] См.: Международные отношения. 1998. Сентябрь.

[9] См.: Средства массовой информации постсоветской России. М., 1996. С. 74.

[10] Гуманитарные технологии, развитие общественных связей и имидж России. М., 1998. С. 211.

[11] Цит. по: Хачатуров К. А. Роль международной информации в формировании репутации

государства // Информация. Дипломатия. Психология. М.: Известия, 2002. С. 89.

[12] Утро. 1999. 19 марта. № 8.

[13] См. об этом: Королько В. Г. Основы паблик рилейшенз. М.: Рефл-бук; К.: Ваклер, 2000.

[14] См.: Щербина А. И., Щербина Н. Г. Политический мир России. Томск, 1996. С. 94.

[15] См. об этом: СМИ и политика в России: Социологический анализ роли СМИ в избирательных кампаниях. М.: Logos, 2000.

[16] См. об этом: Расторгуев С. П. Выборы и власть как форма информационной экспансии. М.: Новый век, 1999.

[17] Блэк С. Паблик рилейшенз. Что это такое? М.: Модино Пресс, 1999. С. 239.