



*А.Ю. Голобородько,
А.В. Сериков*

**ДИСКУРС «МЯГКОЙ СИЛЫ»
В КОНТЕКСТЕ КОНСТРУИРОВАНИЯ
ИМИДЖА СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ:
ФАКТОРЫ И ТЕХНОЛОГИИ
ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТНОЙ
ИДЕНТИЧНОСТИ¹**

Голобородько Андрей Юрьевич – кандидат филологических наук, доцент, заместитель директора по учебной и воспитательной работе Таганрогского института имени А.П. Чехова (филиала) Ростовского государственного экономического университета (РИНХ), г. Таганрог, e-mail: goloborodko2009@mail.ru

Сериков Антон Владимирович – кандидат социологических наук, доцент, заместитель директора по научной работе и экспертной деятельности Института социологии и регионоведения Южного федерального университета, г. Ростов-на-Дону, e-mail: anton.serikov@gmail.com

Аннотация. В статье представлено описание некоторых компонентов когнитивно-методологического конструкта, позиционируемого в формате инструментария государственной культурной политики как фактора укрепления национальной безопасности современной России. Конструкт в рамках актуального контента дискурса «мягкой силы» репрезентирует возможности аккумуляции посредством инструментария государственной культурной политики, мощного защитно-охранительного потенциала культуры в практике формирования и развития конкурентных идентичностей как фактора конструирования и продвижения привлекательного имиджа современной России в многообразном пространстве международных гуманитарных коммуникаций.

¹ Статья выполнена в рамках внутреннего гранта ЮФУ № 213.01-07-2014/15ПЧВГ «Угрозы национальной безопасности в условиях геополитической конкуренции и модели агрессивного и враждебного поведения молодежи».

Ключевые слова: дискурс «мягкой силы», государственная культурная политика, национальная безопасность, конкурентная идентичность, имиджевая политика.

Не нуждается в дополнительной аргументации тезис о том, что термин «мягкая сила» (soft power), предложенный Дж. Наем-мл. в конце XX в., в настоящее время проник в самые разнообразные научные и околонучные пространства и активно используется как в профессиональном лексиконе политтехнологов, так и в общегражданском дискурсе средств массовой информации.

В исследовательском сообществе все более очевидным становится концептуальный взгляд на «мягкую силу» в разрезе теории коллективной идентичности: soft power рассматривается как технология формирования новых социальных общностей или модернизации старых, образованных на основе общего социального опыта, общих идеалов, общих ценностных и традиционных предпочтений. Осознание мировоззренческой близости и принятие конфессиональной, национальной, культурной, гражданской и иной идентичности приводят к добровольной солидарности и присоединению к определенному социуму, к выработке внутри него общих поведенческих установок и ролевых моделей, а также запросов на признание и достойное место в общественном устройстве.

«Мягкая сила» формирования и развития идентичности расценивается рядом исследователей как важный ресурс социальных изменений и макрополитического строительства [14, с. 40–59].

В современной научной литературе разработана модель измерения «мягкой силы», которая включает следующие части: economic soft power – экономические компоненты (показатели экономической привлекательности, включая инвестиционную); human capital soft power – гуманитарный капитал, основанный на привлекательности системы образования (включая университетское), научной и технологической деятельности; cultural soft power – инструменты культурного влияния, а именно международное признание значимости и величия культурного наследия страны, политика популяризации национальной культуры, расширение межкультурных коммуникаций; political soft power – система показателей уровня развития институтов политической демократии, гражданского общества и защиты прав человека; diplomatic soft power – дипломатическая репутация страны, показатели эффективности дипломатических усилий в сфере переговорного процесса, способность к установлению глобальной повестки дня [2, с. 232–241].

Набирающим обороты исследовательским трендом становится изучение этих компонентов и степени их «включенности в повестку дня развития» различных государств; при этом внимание акцентируется не только на внутренних аспектах их результативности, но и (что логично) на внешнем эффекте, продуцируемом активным внедрением компонентов «мягкой силы» в актуальный дискурс развития, т.е. важным направлением исследований становится «имиджеконструирующее» измерение «мягкой силы».

Очевидно, что любое государство, заботящееся о своем образе-имидже внутри и вне страны, стремится создать положительную репутацию, сформировать собственный привлекательный имидж. При помощи образа-имиджа властвующие субъекты поддерживают социальную устойчивость и равновесие в обществе, целенаправленно воздействуют на общественное мнение, стараются следить за репутацией своей страны во внешнем мире, что в свою очередь способствует укреплению национальной безопасности. Как пишет П. Жукова, значение нормативно-ценностной сферы для безопасности современного государства и общества возрастает. Потеря идентичности страны ведет к ослаблению позиций государства на международной арене или даже к его распаду. В свою очередь, положительный имидж обеспечивает развитие экономической и социальной сфер страны, способствует эффективному разрешению различных противоречий в отношениях с другими странами и иными субъектами на международной арене [6, с. 55].

Вопросы имиджа, образа, бренда государства (страны) в последнее время активно обсуждаются как интеллектуальной, так и политической элитой, поскольку очевидно, что имидж, образ одного государства, создаваемый другими, серьезно влияет на восприятие мировым сообществом и согражданами этих стран, поэтому может и должны быть конструктом для планомерного создания позитивного имиджа государства [4].

Имидж страны не только объективирует базовые национальные ценности и интересы, но и отражает цивилизационный вектор развития и модернизационный выбор власти. Имидж – это целенаправленно создаваемый образ, наделяющий объект (личность, организацию, страну и т.п.) определенными социальными и политическими ценностями и способствующий восприятию в «эмоциональном измерении». «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 коррелировать, конструировать и трансформировать по

нашему желанию» [4, с. 10]; политолог И.Ю. Глинская исходит из того, что имидж современного государства следует рассматривать как позитивный ориентир, к которому необходимо стремиться в целях отстаивания своих национальных интересов [5].

М.А. Коломенский считает, что внешнеполитический имидж выполняет несколько базовых функций: социокультурной и политической идентификации, что позволяет аудитории отождествлять образ страны с определенной политико-культурной традицией; идеализации образа путем обеспечения позитивного информационного поля вокруг государства и проекции на него определенных положительных характеристик; информативно-коммуникативную, что позволяет поддерживать конструктивный диалог с другими государствами на международной арене [9].

Полагаем, важную роль в укреплении имиджевых возможностей современной России призваны играть культура и продуцируемый ею защитно-охранительный потенциал, возможности аккумуляции которого в рамках инструментария государственной культурной политики изучаются нами в контексте факторов укрепления национальной безопасности; при этом считаем принципиально важным при описании природы и инструментария стратегического имиджевого планирования рассмотрение вопроса о поиске и позиционировании конкурентной идентичности России.

Именно культурная составляющая в имиджевых коммуникациях государства содержит в себе наибольший ресурс эффективного имиджевого позиционирования страны на зарубежные аудитории. Формирование образа (имиджа) подчиняется определенным закономерностям: в современном мире при лавинообразном росте информационных потоков наблюдается «неуклонное увеличение скорости представления индивидууму имиджесодержащей информации, которое вызывает растерянность... у людей» [17, с. 189].

Механизмы формирования собирательного образа России средствами культурной политики как компонент разрабатываемого нами инструментария государственной культурной политики состоят в его сегментации, в определении связей каждого из сегментов с институтами и структурами, влияющими на образ, в установлении гармоничных пропорций между различными его сторонами (политической, экономической, этнографической, культурной, исторической, религиозной), в определении социальных субъектов, занятых целенаправленным формированием этого образа. Важным моментом (здесь мы солидарны с Е.Г. Сулименко) является соблюдение рациональной (безопасной для

менталитета нации) пропорции своего и чужого социокультурного материала, регулярно потребляемого гражданами страны через массмедийные каналы [16].

Как известно, механизмы формирования имиджа государства глубоко раскрывает концепция символического капитала культуры французского философа и социолога П. Бурдьё. Символический капитал культуры представляет собой 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.

Культура и культурная политика призваны играть определяющую 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 конкурентных идентичностей страны в международном пространстве коммуникаций; ведь в информационную эпоху доминирующую роль в политике играют культурно-информационные технологии, а, как справедливо отмечает С. Караганов, «...российское влияние в информационно-идейной сфере по-прежнему невелико. Россия не использует капитал, унаследованный от прошлых веков. Во многом это связано с тем, что она не нашла свою новую идентичность, а барахтается в идеологических клише ушедшего столетия, "пятится вперед"» [7].

На наш взгляд, в качестве одной из конкурентных идентичностей современной России целесообразно рассматривать именно культурно-цивилизационный интегративный идентификатор, усилия (со стороны как государства, так и общества) по актуализации содержательного наполнения и продвижению которого способны генерировать новый российский цивилизационный проект; как точно заметил итальянский политик XIX в. Дж. Мадзини: «Страна – это не просто некая территория. Страна в подлинном смысле – это идея» [1, с. 121].

Выдвижение культурно-цивилизационного интегративного идентификатора может стать одной из основ концепции культурного развития России, к необходимости разработки которой призывал академик Д.С. Лихачев, справедливо полагая, что Россия должна стать гарантом возвращения гуманитарной культуры, которая обеспечивает духовную

основу и возможность совершенствования человека и общества, ведь «...без культуры в обществе нет и нравственности, а без элементарной нравственности не действуют социальные законы, экономические законы, не выполняются указы и не может существовать современная наука» [12]; при этом известно, что выдающийся отечественный мыслитель был убежден, что русская культуросфера одна способна убедить каждого образованного человека в том, что он имеет дело с великой культурой, великой страной, великим народом. И для доказательства этого факта не требуется в качестве аргумента ни танковых армий, ни десятков тысяч боевых самолетов, ни ссылок на наши географические пространства и залежи природных ископаемых [11].

В контексте «имиджевого конструирования» мы рассматриваем «мягкую силу» как когнитивно-коммуникативную технологию, в багаж инструментов которой входит трансляция лингвокультурных концептов как носителей и распространителей ценностей. Лингвокультурный концепт (как единица лингвокультурологической концептологии, исследовательское поле которой формируется трихотомией «язык – сознание – культура») отличается от других ментальных единиц, используемых в различных областях науки (когнитивный концепт, фрейм, сценарий, скрипт, понятие, гештальт и др.), акцентуацией ценностного элемента [8, с. 3–16]. В лингвокультурном концепте выделяются интразона (его номинативная плотность) и экстразона (его метафорическая диффузность): полагаем, одним из аспектов рассмотрения лингвокультурных концептов в контексте разработки продуктивного инструментария «мягкой силы» может являться описание условий обогащения интразоны концепта посредством развития его экстразоны (пример – лингвокультурные концепты «Крым» и «историческая (культурная) память» [10].

Продуктивным, на наш взгляд, в контексте лингвокультурной концептологии как особого измерения «мягкой силы» может быть подход, посредством которого возможно разрушение искусственно конструируемых в ангажированном коммуникативном пространстве квазиинтра/эстрозон ценностно ориентированных лингвокультурных концептов (релевантными здесь, на наш взгляд, являются, например, усилия, направленные на эксплицирование развития концептосферы российских топонимов) – ведь доминирование формальных ассоциаций в тематических областях, относящихся к жизненно важным аспектам существования социума, свидетельствует о ценностном кризисе культуры [15, с. 65].

Перспективным в рамках поиска инструментов укрепления гуманитарного влияния России может, на наш взгляд, выступить подход, предусматривающий формирование контента «умной силы», трактуемой как баланс «твердой» и «мягкой силы»: полагаем, релевантными в этом контексте могут быть коммуникативные технологии, направленные на позиционирование ценностных доминант русской культуры («совесть», «долг», «судьба» и др.).

Считаем, предлагаемый инструментарий имеет определенные перспективы для построения моделей конструирования языкового сознания и коммуникативного процесса в интересах позиционирования ценностного ядра российской культуры и укрепления гуманитарной безопасности государства и общества: концептологический анализ культурных прототипов и эталонов позволяет продемонстрировать специфику исторической памяти и ценностных предпочтений лингвокультурных общностей в синхронии и диахронии, разрушая тем самым шаблонность и ангажированность её (общности) восприятия в каналах международных коммуникаций.

Среди других перспективных, на наш взгляд, практических шагов в сфере реализации политики продвижения позитивного образа России в международном информационно-культурном пространстве выделим несколько направлений:

- активная интеграция в мировой культурный процесс, предусматривающая подготовку и реализацию международных проектов в сфере культурного и образовательного сотрудничества и обмена, способствующих росту престижа российской культуры и образования;
- повышение продуктивности международного телерадиовещания как инструмента внешней государственной политики;
- 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 настоящее время, как известно, в рамках реализации мероприятий по экспертному сопровождению обновления и модернизации ряда положений принятой в 2009 г. Стратегии национальной безопасности РФ до 2020 г. осуществляется работа по обоснованию «фиксации геополитического пространства СНГ в контурах интересов России»);

– 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» (продуктивные программы международного образовательного, научно-исследовательского и культурно-просветительского сотрудничества российских вузов) и усилия по продвижению привлекательного образа России в международном информационном пространстве способны стать эффективными инструментами «мягкой силы» как фактора укрепления международного авторитета страны и продвижения имиджа 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 [13].

«Единство всякой культуры, – утверждает О. Шпенглер, – опирается на единство языка ее символики» [18, с. 245]. Основываясь на этом, весьма ценном в контексте выбранной парадигмы исследования, мнении основоположника теории культурно-исторических типов, отметим, что в условиях стремительного развития инфотелекоммуникационных технологий оправданным представляется выдвижение в авангард современного инструментария укрепления внутри/внешнеполитического влияния стран конструкторов «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.

Национальный брендинг требует содержательного партнерства государственного и частного секторов, активного сотрудничества органов власти и институтов общества [3, с. 20], привлечения максимально широкого круга каналов коммуникации, в ряду которых предлагаемый подход, основывающийся на технологиях трансляции лингвокультурных концептов в смысловом поле гуманитарного влияния России, способен обеспечить превращение уникального текста отече-

ственной культуры в эффективный дискурс «мягкой силы», формируя содержательное ядро актуальных геокультурных проектов (в частности, «Русского мира»), ориентированных на развитие и расширение континуума конкурентных идентичностей современной России.

Литература

References

1. A Cosmopolitanism of Nations: Giuseppe Mazzini's Writings on Democracy, Nation Building, and International Relations (Stefano Recchia and Nadia Urbinati, eds.). Princeton, N.J., 2010. P. 121.

2. Holik G.G. Paper Tiger? Chinese Soft power in East Asia // Political Science Quarterly. 2011. Vol. 126, № 2. P. 232–241.

3. Moilanen T., Rainisto S. Yow to Brand Nations, Cities and Destinations: a Planning Book for Place Branding. Palgrave Macmillan, 2009. P. 20.

4. Галумов Э.А. Имидж против имиджа. М., 2005. С. 10.

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

6. Жукова П. Имидж России и ее безопасность: диалектика взаимосвязи // Власть. 2010. № 2. С. 55.

7. Караганов С. В чём сила, брат? // Российская газета. 2012. № 5947. 28 нояб. URL: <http://www.rg.ru/2012/11/28/karaganov.html> (дата обращения: 02.11.2015).

8. Карасик В.И. Культурные доминанты в языке // Языковая личность: культурные концепты. Волгоград; Архангельск, 1996. С. 3–16.

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

10. Кумыков А.М., Сериков А.В. Историческая память как фактор постсоветской реинтеграции России // Научная мысль Кавказа. 2013. № 4 (76).

11. Лихачев Д.С. Об интеллигенции. СПб., 1997. С. 440–443. URL: <http://www.perspektivy.info/print.php?ID=290229> (дата обращения: 25.05.2015).

12. Лихачев Д.С. Раздумья о России.

1. A Cosmopolitanism of Nations: Giuseppe Mazzini's Writings on Democracy, Nation Building, and International Relations (Stefano Recchia and Nadia Urbinati, eds.). Princeton, N.J., 2010. P. 121.

2. Holik G.G. Paper Tiger? Chinese Soft power in East Asia // Political Science Quarterly. 2011. Vol. 126, № 2. P. 232–241.

3. Moilanen T., Rainisto S. Yow to Brand Nations, Cities and Destinations: a Planning Book for Place Branding. Palgrave Macmillan, 2009. P. 20.

4. Galumov E.A. Imidzh protiv imidzha. M., 2005. S. 10.

5. Glinskaya I.Yu. Politicheskie mekhanizmy formirovaniya pozitivnogo imidzha Rossii : Avtoref. diss. ... d-ra polit. nauk. M., 2010.

6. Zhukova P. Imidzh Rossii i ee bezopasnost': dialektika vzaimosvyazi // Vlast'. 2010. № 2. S. 55.

7. Karaganov S. V chem sila, brat? // Rossiiskaya gazeta. 2012. № 5947. 28 noyab. URL: <http://www.rg.ru/2012/11/28/karaganov.html> (data obrashcheniya: 02.11.2015).

8. Karasik V.I. Kul'turnye dominanty v yazyke // Yazykovaya lichnost': kul'turnye kontsepty. Volgograd; Arkhangel'sk, 1996. S. 3–16.

9. Kolomenskiy M.A. Formirovanie vneshnepoliticheskogo imidzha sovremennoy Rossii (2000–2007 gg.) : avtoref. diss. ... kand. polit. nauk. M., 2008.

10. Kumykov A.M., Serikov A.V. Istoricheskaya pamyat' kak faktor postsovetskoy reintegratsii Rossii // Nauchnaya mysl' Kavkaza. 2013. № 4 (76).

11. Likhachev D.S. Ob intelligentsii. SPb., 1997. S. 440–443. URL: <http://www.perspektivy.info/print.php?ID=290229> (data obrashcheniya: 25.05.2015).

12. Likhachev D.S. Razdum'ya o Rossii.

СПб., 1999. С. 640. URL: <http://www.perspektivy.info/print.php?ID=290229> (дата обращения: 25.05.2015).

13. Основные направления политики Российской Федерации в сфере международного культурно-гуманитарного сотрудничества. URL: <http://www.mid.ru/ns-osndoc.nsf/osndd> (дата обращения: 02.11.2015).

14. Семенов И.С., Лапкин В.В., Пантин В.И. Идентичность в системе координат мирового развития // Полис. 2010. № 3. С. 40–59.

15. Слышкин Г.Г. Лингвокультурные концепты и метаконцепты. Волгоград, 2004. С. 65.

16. Сулименко Е.Г. Культурная политика как фактор национальной безопасности в условиях глобализации : автореф. дис. ... канд. культурологии. М., 2008.

17. Тoffлер Э. Шок будущего. М., 2003. С. 189.

18. Шпенглер О. Избранное. М., 2004. Т. 1. С. 245.

SPb., 1999. S. 640. URL: <http://www.perspektivy.info/print.php?ID=290229> (data obrashcheniya: 25.05.2015).

13. Osnovnye napravleniya politiki Rossiyskoy Federatsii v sfere mezhdunarodnogo kul'turno-gumanitarnogo sotrudnichestva. URL: <http://www.mid.ru/ns-osndoc.nsf/osndd> (data obrashcheniya: 02.11.2015).

14. Semenenko I.S., Lapkin V.V., Pantin V.I. Identichnost' v sisteme koordinat mirovogo razvitiya // Polis. 2010. № 3. S. 40–59.

15. Slyshkin G.G. Lingvokul'turnye kontsepty i metakontsepty. Volgograd, 2004. S. 65.

16. Sulimenko E.G. Kul'turnaya politika kak faktor natsional'noy bezopasnosti v usloviyakh globalizatsii : avtoref. dis. ... kand. kul'turologii. M., 2008.

17. Toffler E. Shok budushchego. M., 2003. S. 189.

18. Shpengler O. Izbrannoe. M., 2004. T. 1. S. 245.