

Секция «Межкультурная коммуникация»
Культурно-массовые мероприятия как инструмент создания положительного имиджа России

Гусева Валерия Михайловна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет иностранных языков и регионоведения, Кафедра региональных исследований, Москва, Россия

E-mail: guselera@yandex.ru

Еще буквально в прошлом веке сильная армия, развитый флот и/или военно-воздушные силы являлись не только гарантом надежности и безопасности для страны, но подчас и средством воздействия на соседние государства и методом ведения внешней политики. Однако две мировые войны, развитие ядерного оружия и возможность использовать информационные технологии в военной сфере показали потребность в выработке мирных подходов к урегулированию разногласий между государствами. Таким образом, над использованием жесткой силы - «политики принуждения, которая опирается на угрозу применения и (или) использование военной силы против страны» [Леонова, 2013: 27] - стало доминировать использование ресурсов мягкой силы: экономическая, идеологическая и культурная привлекательность страны стали более важным фактором воздействия, нежели обладание военной мощью. Именно поэтому представляется необходимым разобраться в том, что же такое мягкая сила и по каким принципам она действует.

Термин «soft power» впервые был предложен американским политологом, профессором Гарвардского университета Джозефом Наем в 1990 году. Ученый определяет данное понятие как «способность получить то, что вы хотите получить, через привлечение, а не через подавление или некие «проплаты» [Най, 2006: 18], как «понуждение других хотеть результатов, которые вы желаете получить» [Най, 2006: 30].

Среди основных инструментов мягкой силы, как правило, выделяют инфопотоки, политический пиар, направленные на иностранную аудиторию, глобальный маркетинг, язык страны и его популярность в мире, туризм, участие в спортивных событиях, культурные и студенческие обмены и так далее.

Исходя из вышесказанного, методами применения мягкой силы являются привлечение других стран к участию в различных мероприятиях, проводимых реализатором мягкой силы, формирование общих целей, стремление к достижению общего результата, поддержание интенсивности коммуникативных потоков между двумя и более государствами.

Считается, что национальные особенности страны непосредственно влияют на ее внутреннюю и внешнюю политику. Принимая во внимание некоторые национальные особенности России, некоторые исследователи склонны определять стратегию мягкой силы России как переходную. Так, например, определяя Россию как евразийскую страну, А.М. Бобыло называет равноценный подход к ценностям как европейской, так и азиатской культуры основой стабильности положения РФ на международной арене [1]. По мнению руководителя Федерального агентства по делам СНГ К. Косачева, сегодня подход России к применению мягкой силы также должен заключаться не в навязывании «универсальных ценностей», а в попытке «взаимного обогащения самоценных культур» [Косачев, 2012].

Таким образом, использование мягкой силы России заключается, в первую очередь, в попытках выстроить культурный диалог с зарубежными странами и является одним из важнейших методов обеспечения дружественного России окружения. Мягкая сила является важнейшим источником успеха государств на мировой политической арене, а эффективное использование совокупности каналов ее реализации может принести значительные

плоды. В случае с Россией данная проблема представляется тем более актуальной, что с распадом СССР один международный образ был разрушен, а страна оказалась в поисках нового имиджа и новых способов для формирования позитивного образа государства.

В данной работе мы попытались проследить, насколько успешно России удается реализовывать свои культурные ресурсы путем проведения различных культурно-массовых мероприятий как на территории страны, так и за ее пределами. Цель исследования - рассмотрение механизма формирования положительного имиджа страны посредством мягкой силы.

Так как понятие «мягкая сила» зародилось совсем недавно, а изучение действия ее принципов только начинается, временные рамки работы ограничены культурно-массовыми мероприятиями, проводимыми в наше время. В качестве мероприятий для анализа были использованы Олимпийские игры в Сочи 2014 года и перекрестный год культуры Великобритании и России 2014.

Олимпийские игры в Сочи 2014 года и перекрестный год культуры Великобритании и России 2014 представляют собой высокую ценность для исследования в рамках данной работы по нижеследующим причинам.

Во-первых, их проведение предоставило возможность оказать положительное воздействие на позитивный имидж страны как на ее территории, так и за пределами государства. Таким образом, в ходе анализа вышеназванных мероприятий возможно сопоставить различные методы формирования позитивного образа страны и ее культуры, а также доказать, что на данный момент ведется работа, направленная не только на укрепление внешнего имиджа страны, но и на укрепление ее внутреннего имиджа, воспитание патриотизма и выработку чувства гордости за свою культуру среди населения России, что является неотъемлемым условием для усиления привлекательности культуры за пределами страны.

Кроме того, Олимпийские игры в Сочи 2014 года и перекрестный год культуры Великобритании и России 2014 дали возможность сопоставить широкий спектр мероприятий, проводимых на различных уровнях: официальных и общественных, спортивных и культурных, от Генеральных Ассамблей до концертов рок-исполнителей.

Для получения наиболее полной и объективной картины в ходе исследования были использованы следующие источники: официальные документы, содержащие программы мероприятий и их основные цели и задачи, публикации в СМИ, социальные опросы. Кроме того, с целью выявления ключевых сообщений, которые Россия пытается донести до зарубежной аудитории, в рамках работы был проведен анализ слоганов рассматриваемых мероприятий.

Источники и литература

- 1) Бобыло А. М. «Мягкая сила» в международной политике: Особенности национальных стратегий // Вестник Бурятского Государственного Университета. 2013. №14. С. 129-135.
- 2) Косачев К. И. Не рыбу, а удочку. В чем состоит особенность «мягкой силы» России // Россия в глобальной политике. 2012. №4.
- 3) Леонова О. Г. Мягкая сила – ресурс внешней политики государства // Обозреватель –Observer. 2013. №4. С. 27-40.
- 4) Най Дж. Гибкая власть. Как добиться успеха в мировой политике. М., 2006.