



005005023

На правах рукописи

МАРТЫНОВА ЛЮБОВЬ ГЕННАДЬЕВНА

СОВРЕМЕННЫЙ ИМИДЖ РОССИИ:

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Специальность 23.00.02. – политические институты,
процессы и технологии

Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
кандидата политических наук

Москва
2011

- 8 ДЕК 2011

Диссертация выполнена на кафедре национальных и федеративных отношений Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации».

Научный руководитель: Дахин Владимир Никитович
доктор исторических наук, профессор

Официальные оппоненты: Терновая Людмила Олеговна
доктор исторических наук, профессор

Кононов Леонид Алексеевич
доктор политических наук, профессор

Ведущая организация: ФГОУ ВПО «Российский университет дружбы народов»

Защита диссертации состоится: 27 декабря 2011 г. в 12.00 часов на заседании Диссертационного совета Д-504.001.14 при ФГБОУ ВПО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» по адресу: 119606, г. Москва, пр. Вернадского, 84, 1-й учебный корпус, ауд. № 3330.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке РАНХиГС по адресу: 119606 г. Москва, пр. Вернадского, 84, 1-й учебный корпус.

Автореферат разослан 25 ноября 2011 г.

Ученый секретарь Диссертационного совета
доктор юридических наук, профессор

Л.Ф. Болтенкова



I. Общая характеристика работы

Актуальность темы исследования. Проблема формирования положительного внутреннего и внешнего (международного) имиджа современной России как в оценочно-исследовательском, так и в сугубо прагматичном плане является непростой. Объясняется это тем, что страна находится на том этапе исторического развития, когда многое по-новому осмысливается, переосмысливается и понимается. При этом базовым является наследие, доставшееся народам России от прошлых поколений, которое необходимо ценить, хранить, пропагандировать.

Вместе с тем длительное время после распада СССР Российская Федерация – Россия оставалась в ситуации, когда внутренние экономические, социально-политические и межнациональные проблемы, сопровождавшиеся серьезными конфликтами, затрудняли формирование ее нового образа, да собственно, каких-либо глубоко осмысленных шагов в этом направлении и не предпринималось.

С наращиванием политической и экономической стабильности к этой проблеме стало проявляться все большее внимание прежде всего со стороны высшего руководства страны. В 2002 г. В.В. Путин заявил, что «России нужны более амбициозные цели. Мы должны сделать Россию процветающей и зажиточной страной, чтобы жить в ней было комфортно и безопасно»¹. Позднее Президент России Д.А. Медведев подчеркивал, что «утверждение статуса России как современной мировой державы – это политическая стратегия и создание положительного образа страны должно быть совместной работой государственных структур и институтов гражданского общества»².

Постановка Президентом страны этой задачи определяет магистральный путь формирования нового образа России, прежде всего ее способность системно конкурировать по всем направлениям с другими ведущими государствами в мире.

В рамках политического исследования обозначенной темы важное значение имеет изучение теоретических подходов к анализу понятий «имиджа», «образа» и «престижа» государства, проблема их восприятия как собственным населением, так и акторами внешнеполитической сцены в исторической ретроспективе и перспективе.

Современное изучение этих понятий как социальных феноменов показало их обусловленность рядом факторов объективного и субъективного характера. Важнейшими из них являются факторы экономического и социокультурного развития, пропаганды среди населения и на

¹ Послание Президента Российской Федерации Федеральному Собранию Российской Федерации 18 апреля 2002 г. – Российская газета, 19 апреля 2002.

² См.: II Общероссийский Гражданский форум «Роль гражданских инициатив в развитии России в XXI веке. Выступление Д.А. Медведева; Послание Президента Российской Федерации Федеральному Собранию Российской Федерации – Российская газета, 1 декабря 2010.

международном уровне всего позитивного, характеризующего приоритеты страны.

В авторской интерпретации эти три понятия рассматриваются как близкородственные, но имеют особые оттенки.

Проведенный диссертантом обзор отечественных и зарубежных источников, касающихся имиджа России, позволяет сделать вывод, что современное представление о нашей стране как у россиян, так и за рубежом носит противоречивый характер.

Вышеотмеченное позволяет сделать вывод, что анализ выбранной темы, выработка соответствующих рекомендаций по формированию позитивного имиджа России являются актуальными.

Степень научной разработанности проблемы. Комплексный характер исследования современного имиджа Российского государства в контексте выявления проблем и определения перспектив предполагает обращение к анализу феномена «имидж», его оттенков в отечественной и зарубежной литературе.

К классическим работам, заложившим оценочные основы имиджа (образа, престижа) государства и власти можно отнести труды зарубежных ученых М. Вебера, Т. Парсонса, Э. Шилза, К. Дэвиса и др., выявивших систему ценностей общественного развития как показателя социальной репутации государства, власти.

Значительный вклад в осмысление места и роли того или иного государства, а значит и «геополитического веса», его престижа в мировом сообществе внесли «классики» геополитики Ф. Ратцель, А. Мэхэн, Н. Спикмен, К. Хаусхофер, Р. Челлен, Ф. Науманн и др. Современная западная школа в этой области представлена такими исследователями, как Ж. Аттали, Г. Киссинджер, С. Хантингтон и др.

Что касается исследований имиджа государства в советский период, то они в основном сводились к доказательству преимуществ социалистических государств перед капиталистическими через идеологические постулаты.

В советской литературе термин «имидж» впервые был введен в научный оборот в 70-80-е годы О.А. Феофановым и В.М. Шепелем, применительно личности политика, лидера, общественного деятеля.

В 90-е годы были изданы по сути первые работы по проблемам имиджа Почепцова Г.Г., Богданова Е.Н., Зыкина В.Г., Комаровского В.С., Руткевича М.Н. и др.

В 2000-е гг. вышли труды известных социологов и философов В.С. Буянова, О.М. Гоман-Голутвиной, Н.В. Загладина, В.В. Комлевки, С.Н. Картунова, Е.Г. Морозова, Л.Н. Москвичева, А.С. Панарина, М.Н. Руткевича, Л.Н. Тимофеевой, Ф.Р. Филиппова, О.Ф. Шаброва и др.

Проблема имиджа России стала одной из ведущих в исследованиях Института стратегических оценок и анализа, в которой регулярно

проводились дискуссии, посвященные этой теме, с участием известных ученых (В.А. Луков, В.К. Кантор, П.С. Гуревич и др.)¹.

Политические механизмы формирования позитивного имиджа России исследованы в докторской диссертации И.Ю. Глинской, защищенной в Российской академии государственной службы при Президенте РФ.

Пути повышения имиджа России обсуждались Общественной палатой Российской Федерации совместно с Московским государственным университетом им. М.В. Ломоносова².

Особое значение имеют исследования отечественных ученых о влиянии полиэтничности и поликонфессиональности на формирование позитивного имиджа России. В этом аспекте значимыми являются труды Р.Г. Абдулатипова, Ю.В. Арутюняна, Л.Ф. Болтенковой, В.В. Гайдука, М.Н. Губогло, А.Ф. Дашдамирова, Л.М. Дробижевой, К.В. Калининной, А.А. Мацнева, Н.П. Медведева, В.А. Михайлова, С.А. Пистряковой, В.В. Савельева, М.В. Столярова, В.А. Тишкова и др.

Образ России, ее место в мире широко раскрыты в работах О.Д. Абрамовой, В.С. Буянова, Ю.Н. Гаврилова, В.Н. Дахина, К.Х. Делокарова, В.Л. Лобера, Л.О. Терновой, А.Н. Михайленко, С.В. Фокина, Р.А. Явчуновской, посвященных проблемам глобализации.

Названные исследования дают большой теоретический и фактический материал о глубоких переменах в российском социуме и новых образах России.

Объектом исследования является современный имидж России, формирующийся в результате взаимодействия власти, институтов гражданского общества и религиозных объединений.

Предметом исследования являются теоретико-методологические основания, объективные и субъективные факторы, политические механизмы формирования современного имиджа России.

Цель диссертационной работы состоит в комплексном осмыслении проблем формирования образа современной России, выявлении сложностей и противоречий этого процесса.

Для достижения цели исследования ставятся и решаются следующие задачи:

- выявить тождество и различие в понятиях «имидж», «образ» и «престиж» страны, правила их использования;
- уточнить доминирующие в массовом сознании россиян качества образа России и имиджа власти: проследить их динамику и взаимосвязь;
- исследовать практические модели политической социализации населения, лежащие в основе формирования у них определенных представлений о стране, власти, политике, справедливости, демократии, толерантности...;

¹ См.: Вестник аналитики. М., 2010. № 1 (39). С. 108.

² См.: Современный образ России: перспективы развития. Материалы Всероссийской конференции «Современный образ России: проблемы и решения». М., 2008.

- проанализировать корреляцию программ руководства страны об улучшении ее имиджа с учетом регулярно публикующихся международных имиджевых характеристик государств мира;

- сопоставить оценку народом страны стратегии отечественной модернизации в ее взаимосвязи с формированием нового образа России;

- обосновать сопряженность процессов формирования общероссийской идентичности с новым образом России как государства-нации.

Теоретико-методологической основой работы являются концептуальные идеи и положения теоретических трудов отечественных и зарубежных ученых в области политологии, философии, социологии, истории и других смежных наук, трактующих методы исследования понятий имидж, образ и престиж страны и практику формирования ее имиджа, выявления проблем и перспектив.

Углубленное исследование этой проблемы проводилось с использованием общепринятых методов анализа, основанных на принципах объективности и научности, в том числе комплексного, исторического, системного, структурно-функционального, сравнительного.

Источниковая и эмпирическая база исследования. Источниками для написания диссертации послужили программные документы по стратегическим направлениям социально-экономического и политического развития страны, выступления Президента и других государственных деятелей Российской Федерации; научные труды, материалы периодической печати, справочные издания и Интернет-ресурсы, а также данные социологических исследований, проведенных ВЦИОМ и другими социологическими центрами.

Гипотеза исследования состоит в предположении, что в формировании привлекательного образа современной России необходим прежде всего целенаправленная имиджевая политика государства и активное участие неправительственных общественных объединений, всех конфессий и средств массовой информации страны. При этом дифференцировать формы и методы такой политики применительно к восприятию образа России внутри и во вне страны.

Достоверность научных результатов обеспечивается применением методов, адекватных цели и задачам исследования, использованием лично проанализированных источников научного характера.

Результаты, полученные лично автором, и их научная новизна заключаются в том, что в диссертации осуществлено комплексное, углубленное рассмотрение сложного и многостороннего понятия имиджа современной России, выявлены проблемы и определены перспективы.

Условия и противоречия, определяющие формирование образа страны, проанализированы во взаимосвязи объективных и субъективных факторов, что делает работу разносторонней, а выводы убедительными. Это позволило выявить основные направления деятельности политического руководства по формированию позитивного образа России и оценку этих усилий широкой

общественностью, то есть корреляцию реальной политики и формирующегося образа.

В диссертации, на основе теоретического и социально-политического анализа, прослежена связь объективных и субъективных взглядов различных слоев населения и их видения образа страны.

В исследовании показывается авторское видение проблем создания престижа современной России, решаемое в следующей системе координат: современном инновационном развитии России, в роли социокультурных факторов в формировании имиджа России, в решении региональных проблем, в том числе в стабилизации межнациональных отношений, в роли СМИ и рекламных средств в пропаганде положительного образа страны.

Основные положения исследования, выносимые на защиту:

1. В диссертации обосновываются причины резкого снижения престижа России в первые годы постсоветского периода. В 1990-е годы проблема имиджа России фактически не стояла, в научном плане не исследовалась. Шел противоречивый процесс, особенность которого состояла в том, что в стране не было консенсуса о парадигме внутренней и внешней политики России на пути ее трансформации к иным, чем прежде, общественным отношениям.

Наращивание политической и экономической стабильности и конкурентоспособности началось лишь после 2000 года. Уже с этого периода деятельность органов государственной власти, гражданских институтов и научного сообщества стала значимой составляющей в формировании имиджа России.

2. В политологической литературе широко рассматривается цивилизационный подход к анализу образа России. Отмечается право России быть не похожей на Запад, иметь собственное призвание, судьбу, традицию, сохранять самобытность своего национального бытия.

В этом дискурсе укоренение получил образ России как самостоятельной цивилизации. Однако вопрос о том, что представляет собой эта цивилизация, остается открытым, поскольку в цивилизационном самосознании сложились различные образы России как восточнохристианской, православной, русской, русско-славянской, восточнославянской, евразийской, российской полиэтнической цивилизации.

Переживаемый на рубеже XXI века критический период отечественной истории потребовал выработки принципиально новой идеологии укрепления имиджа Российской Федерации, основанной на идее государственного единства, предупреждения против «ложного национализма», грозящего целостности страны.

3. Имидж России – явление многогранное. Это и социально-экономическое благополучие, и культура, и история, и многонациональность России и многое другое. Известно, что государство называют великим, если оно может системно конкурировать по всем направлениям цивилизационного развития. Имидж государства неразрывно связан с достижениями страны в самых различных областях человеческой деятельности. Создание

современного образа (имиджа) России возможно лишь общими усилиями государства и гражданского общества. Предстоит сделать многое, чтобы Россия стала такой страной, о которой невозможно было бы писать или говорить плохо. Положительный имидж России – это сильная Россия.

4. Базовым фактором в создании имиджа сильной России является ее экономический и научный потенциал, что создает основу решения социальных задач во всех областях жизнедеятельности России.

Мощь и возможности экономики России презентуют миру ее силу и неуязвимость, конкурентоспособность, возможность автономного воздействия на принятие глобальных решений.

Имидж страны в сфере экономики позволяет обеспечить не только эффективную социальную политику, но и безопасность страны.

Социально-экономический имидж России включает ее конкурентную способность на международной арене. Эта сторона имиджа призвана обеспечить доверие, надежность, успешность, значимость и узнаваемость России за рубежом.

5. Важно учитывать роль социально-культурных факторов в формировании образа успеха или неуспеха российского общества и государства в формировании позитивного или негативного представления о нем. XXI век для России – это век усиления своего социокультурного влияния в мире, с учетом ее полиэтничности, поликонфессиональности.

И сегодня культурное присутствие России в мире поистине огромно. Российская культура востребована в мире по причине ее уникальности и соборности.

6. Создание положительного имиджа России – это комплексная задача. Для ее решения требуется проведение целенаправленной политики по полному и своевременному информированию населения, формированию неконфликтных умонастроений в обществе. Создание такого общественно-благоприятного климата явится прочной основой для единения народа, стабильности общества, воспитания ответственного отношения к своей жизни и к жизни страны.

Теоретическая значимость диссертационной работы состоит в том, что полученные результаты в определенной степени обогащают положения политической науки в части исследования проблем формирования имиджа страны на базе объективных и субъективных факторов и связи между ними в реальной жизни Российской Федерации.

Практическая значимость исследования состоит в том, что его итоги могут быть предложены органам государственной власти и местного самоуправления, институтам гражданского общества, действующим в построении правового, демократического государства. Они могут быть использованы также в образовательных учреждениях в процессе преподавания политической дисциплины, в системе школьного воспитания.

Апробация работы. Диссертация обсуждена и рекомендована к защите на кафедре национальных и федеративных отношений ФГОУ ВПО

«Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации».

Основные положения диссертационного исследования опубликованы в научных работах автора, включая публикации в рецензируемых изданиях.

Структура диссертации отвечает цели и задачам исследования, способствует раскрытию его содержания. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения и списка использованных источников и литературы.

II. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во Введении обосновывается актуальность темы диссертации, определяются степень и состояние научной разработанности проблемы формирования имиджа России, объект и предмет исследования, его теоретико-методологические основы, формулируются цель, задачи и гипотеза исследования, раскрываются его научная новизна и теоретико-практическая значимость, основные положения, выносимые на защиту.

В главе I «**Теоретико-методологические основы анализа сущности понятия «имидж»**», которая состоит из двух параграфов: § 1.1 «*Сущностные характеристики понятий «имидж», «образ», «престиж» в их политологическом сопоставлении*» и § 1.2. «*Имидж России в историческом измерении*», автор, опираясь на широкий круг источников и литературы, попытался дать уточнение понятия «имидж» в его взаимосвязи с понятиями «образ» и «престиж». В научном мире сложились различные мнения относительно возникновения понятия «имидж» (от англ. image). Считается, что оно происходит от латинского слова *imāgio* (образ), связанного с латинским словом *imitari* (имитировать). Согласно толковому словарю Вебстера, «имидж – это искусственная имитация или преподнесение внешней формы какого-либо объекта и, особенно, лица. Он является мысленным представлением о человеке, товаре или институте, целенаправленно формирующимся в массовом сознании с помощью публицити, рекламы либо пропаганды».

Предполагается, что термин «имидж» берет свое начало в работах З. Фрейда, издававшего в 30-е годы прошлого века журнал под таким названием.

В российской науке термин «имидж» начал активно использоваться примерно в середине 90-х годов XX века в отношении «имиджа власти», «имиджа политика». Исследователи полагают, что впервые в СССР применительно к государству, стране его ввел в научный оборот доктор философских наук О. Феофанов в 1974 году в работе «Реклама и общество», анализируя механизмы психологического воздействия на человека и общество за рубежом. Применительно к личности «имидж» как термин был введен В.М. Шепелем в аспекте визуальной привлекательности личности.

Научное и публицистически ограниченное употребление данного термина видимо способствовали тому, что в основных энциклопедических словарях советского периода он отсутствует.

Большинство отечественных исследователей в публичной печати термин

«имидж» интерпретируют как «образ», считая их идентичными. Между тем, полагаем, что понятие «образ» шире понятия «имидж». В русском языке слово «образ» имеет разное значение: 1) облик, внешность; 2) представление о чем-либо, о ком-либо, возникающее в воображении; 3) художественное восприятие конкретного явления; 4) характер, склад чего-либо; 5) способ, средство. Многие исследования выявляют в формировании образа два основных блока – имиджевый и содержательный. Имиджевая составляющая блока представляет собой совокупность внешних формальных признаков, соответствующих или противоречащих ее содержательной части. Для содержательной составляющей большое значение имеет опора на идеологию как систему значимых идей и ценностей, обеспечивающих целевую направленность, и, таким образом, придающую ей смысл.

В последнее время понятие «имидж» приобрело расширенное пространственное значение: «имидж региона», «имидж страны». При его вольном использовании, особенно в пропагандистских целях, медийный формат страны нередко дается в отрыве от реального образа, что может создавать как завышенное позитивное, так и необоснованно негативное представление о ней. Такие приемы зачастую используются и в целях создания ложного представления о государстве, обществе.

В российской научной литературе, в публицистике и в политической дискуссии такие понятия, как образ и имидж, употребляются в основном как синонимы.

Наряду с понятием «имидж» в приближенном их значении употребляется понятие «престиж». Так, в Стратегии национальной безопасности Российской Федерации до 2020 года введено понятие «международный престиж» России.

Престиж (от лат. *prestige*) – авторитет, достоинство, влияние, уважение, которым пользуется кто-либо. Изменения состояния престижа за конкретный период времени дают определенное основание судить о проходящих в обществе социальных изменениях, поэтому изучение престижа выступает необходимым условием социального прогнозирования общественно-политических и социально-экономических процессов в целом, создания имиджа страны. В обществе складываются сложные системы престижных оценок для всех значимых факторов и сторон его жизнедеятельности.

В трансформационный постсоветский период произошло резкое снижение имиджа России. В 90-е годы проблема имиджа фактически не стояла, в научном плане не исследовалась. Но с начавшейся политической и экономической стабилизации в начале 2000-х годов все ветви власти, включая Президента страны, стали оказывать значимое влияние на создание имиджа России, что отражалось в государственных документах и программах. Большие задачи в связи с этим были поставлены перед МИДом России.

В рамках политического исследования имиджа государства важное значение приобретает изучение генезиса и эволюции того или иного подхода к феномену государства, проблемам его восприятия как собственным

населением, так и акторами внешнеполитической сцены, исследование места и значения данных теорий в совокупной системе знаний определенной эпохи, характеристики их соотношения с другими элементами в общей структуре политических знаний, раскрытие связей между различными концепциями прошлого и современности, уяснение специфической логики в истории политических учений, взаимодействия политических идей, доктрин с политической практикой прошлого и современности.

В современной политологической литературе имидж России чаще всего рассматривается с позиции цивилизационного подхода. По мнению А.С. Панарина «вопрос о цивилизационной идентичности России», о ее праве быть не похожей на Запад, иметь собственное призвание, судьбу и традицию, на наших глазах превращается в вопрос о нашем праве на существование вообще, о национальном бытии как таковом»¹.

В этом дискурсе ученые все больше склоняются рассматривать Россию как самостоятельную цивилизацию. Вместе с тем в ее цивилизационном осознании выявляются представления о России как восточнохристианской, православной, русской, русско-славянской или восточнославянской, евразийской.

Безусловно, Россия развивается в общечеловеческом цивилизационном пространстве. Однако научная прогностика определяет будущее цивилизации как единство новых возможностей, так и опасностей, кризисов, катастроф, что вполне закономерно в планетарном масштабе. Данный аспект отражен в теоретико-методологических исследованиях проблемы.

Глава 2 «Социально-экономические факторы становления имиджа России, механизмы их реализации» включает в себя два параграфа: § 2.1. «Имиджевая политика в сфере технологий модернизации и формирования инновационной культуры общества» и § 2.2. «Региональные аспекты имиджа России». В этой главе дан системный анализ влияния экономической и социальной политики в стране на формирование ее позитивного имиджа.

Социально-экономический имидж России – это оценка и ее конкурентоспособности, и уровня доверия к ней, и степени надежности, в конечном счете, самостоятельности при принятии решений на внешнеэкономической арене. В этом русле выстраивается имиджевая политика нашего государства.

В октябре 2008 года Правительство РФ утвердило Концепцию долгосрочного социально-экономического развития РФ до 2020 года, получившую название Стратегия-2020. В мае 2009 г. Президент РФ утвердил новую Стратегию национальной безопасности. В этих документах поставлена задача вернуть России статус великой державы и войти в пятерку наиболее богатых стран, определяющих мировое развитие. Эти цели подтверждаются в выступлениях высшего политического руководства

¹ Панарин А.С. Православная цивилизация в глобальном мире. М., 2002, с. 484, 5.

России даже в условиях кризиса. Активно развивают эту стратегию наряду с правительством и с обеими палатами Федерального Собрания такие институты как Счетная палата, Торгово-промышленная палата, бизнес-сообщества,

Пока же в рейтинге социально-экономического благополучия по данным, приведенным на Всемирном экономическом форуме в 2009 г., из 131 страны мира Россия заняла лишь 58-е место. В первую десятку вошли США, Швейцария, Дания, Швеция, Германия, Финляндия, Сингапур, Япония, Великобритания и Нидерланды. При этом страны постсоветского пространства заняли следующие места: Эстония — 27; Литва — 38, Латвия — 45, Казахстан — 61, Узбекистан — 62, Азербайджан — 66, Украина — 73, Грузия — 90, Армения — 93, Молдова — 97, Таджикистан — 117, Кыргызстан — 119.

В индексе же конкурентоспособности для бизнеса (конкурентоспособность компаний и качество бизнес-климата) Россия заняла только 71-е место¹.

Для преодоления этой ситуации руководителями государства поставлена задача модернизации страны во все сферах общественной жизни. В Экспертном докладе «Модернизация России как построение нового государства» (ИНСОР, 2009) подчеркивается, что вопрос о технологическом развитии упирается в вопрос о существовании общественной среды, способной к воспроизводству, внедрению и использованию технологий². Это ключевой момент, значительно расширяющий понятие модернизации и меняющий весь комплекс необходимых преобразований. Модернизация приобретает социальное значение.

Она понимается сегодня как система мер и мероприятий по реформированию всей социокультурной структуры общности для ответа на возникающие вызовы и угрозы её развитию. При этом вызовы и угрозы носят не только внешний, а, даже в большей степени, внутренний характер.

В рамках подобной парадигмы модернизации снимается дилемма догоняющего развития, формируется стратегия «органичной модернизации», в свое время обеспечившая успех современным развитым государствам.

Отсюда вывод, что социально-экономический имидж государства обусловлен не только экономическим ростом, но и выбранной моделью модернизации страны.

Главными факторами модернизации, подчеркивается в Послании Президента Российской Федерации Федеральному Собранию Российской Федерации, являются переориентация отечественной экономики на реальные потребности людей, которые главным образом связаны 1) с обеспечением безопасности, 2) с улучшением здоровья 3) с доступом к энергетике 4) с доступом к информации³.

Модернизация страны — это системный проект. Прежде всего его

¹ Вестник аналитики. М., 2010, №1 (39), с.9.

² Вестник аналитики. М., 2010, № 3 (41), с. 96-97.

³ Российская газета от 13.11.2009.

осуществление зависит от модернизации государственного сектора. Ключевым моментом модернизации в Российской Федерации является восприятие ее существующей общественной среды, интеллектуальное и культурное ее восприятие и обеспечение. Модернизация в России взаимообусловлена прежде всего уровнем образовательной системы. В связи с этим стратегической целью государственной политики в области образования является повышение доступности качественного образования, соответствующего требованиям инновационного развития экономики, современным потребностям общества и каждого гражданина.

Одним из направлений инновационного развития является совершенствование российского научно-образовательного потенциала и повышение его эффективности, где главной задачей становится повышение конкурентоспособности российского сектора исследований и разработок.

Анализируя данную проблему, автор подчеркивает, что задача формирования эффективной инновационной культуры в обществе это, прежде всего, поддержка распространения лучших практик инноваций, в т.ч. управленческих и социальных, активизация пропаганды роли инноваций для развития экономики и общества, в том числе путем популяризации науки, инновационной деятельности, в частности через общественную рекламу, вовлечение в пропаганду лидеров общественного мнения, распространение «историй успеха» и т.д.

Наиболее престижным инновационным проектом в сегодняшней России становится «Сколково», стратегией которого должно стать «инвестирование в перспективные быстрорастущие компании в области нанотехнологий».

Несмотря на относительно невысокий уровень осведомленности о сколковском центре, наши сограждане в целом позитивно воспринимают этот проект. Так, две трети сограждан убеждены, что «Сколково» позволит молодым талантливым ученым реализовать свои идеи в своей стране (65%). Кроме того, россияне считают, что взаимодействие «Сколково» и технических ВУЗов страны позволит поднять уровень подготовки специалистов в этих ВУЗах (58%), и что создание центра предоставит условия для технологического рывка в масштабных исследованиях (51%). Кроме того, 40% уверены, что технологии, используемые в инновационном центре, могут быть использованы и в их регионе, а 41% опрошенных также признались, что уже задумываются о приобретении продуктов, разработанных в «Сколково» при их соответствии «цена-качество». Более трети россиян считают, что центр «Сколково» в ближайшие годы сможет составить конкуренцию Кремниевой (Силиконовой) долине по количеству научно-технических разработок (35%). В то же время, 53% опрошенных высказывают опасения, что идея создания центра не будет реализована в полной мере. В меньшинстве - те, кто скептически оценивает проект «Сколково» (24%)¹.

¹ Всероссийский опрос ВЦИОМ проведён 19-20 марта 2011 г. Опрошено 1600 человек в 138 населенных пунктах в 46 областях, краях и республиках России. www.wciom.ru

Однако, как отмечают исследователи, для вхождения в ряды мировых лидеров в мировой инвестиционной сфере необходим не точечный, в виде отдельных проектов, а комплексный подход, включающий развитие инфраструктуры в целом, обновление основных фондов промышленных предприятий, стимулирование развития высокоразвитого производства на всей территории страны, повышение качества образования, формирования соответствующей культуры в обществе.

В современных условиях вклад науки и техники, разработка и внедрение в производство инновационных технологий являются важнейшими факторами социально-экономического развития государства.

В формировании социально-экономического имиджа России следует учитывать также и региональный уровень.

Главной задачей современной региональной практики считается определение ресурсного потенциала развития каждого региона, а также способов его максимального раскрытия и использования двух взаимодополняющих целей:

- создание условий для устойчивого экономического роста и конкурентоспособности максимального числа территориальных сообществ страны;

- обеспечение достаточного уровня и качества жизни на всей территории Российской Федерации.

Региональная политика становится стержневым, системообразующим фактором стратегии социально-экономического развития России, обеспечивающим наращивание ее потенциала и авторитета ее территорий, сопредельных с другими странами (Юго-Восточная Азия, Ближний Восток, Западная Европа).

В Концепции долгосрочного социально-экономического развития РФ в разделе 7 «Региональное развитие» обращается внимание на то, чтобы государственная региональная политика была направлена на обеспечение сбалансированного социально-экономического развития субъектов Российской Федерации, сокращение уровня межрегиональной дифференциации в социально-экономическом состоянии регионов и качестве жизни.

Сбалансированное территориальное развитие Российской Федерации предусматривается ориентировать на обеспечение условий, позволяющих каждому региону иметь необходимые и достаточные ресурсы для обеспечения достойных условий жизни граждан, комплексного развития и повышения конкурентоспособности экономики регионов.

В главе 3 «Социокультурные аспекты имиджа России», состоящей из двух параграфов § 3.1. *«Историография проблемы «идентичность» и формирования гражданской нации в России»* и § 3.2. *«Социологическое измерение современного имиджа России»*, раскрывается роль социокультурных факторов в формировании образа успеха или неуспеха российского общества и государства в формировании позитивного или негативного представления о нем.

В исследовании роли социально-культурных факторов в общественном развитии диссертант опирался на труды отечественных и зарубежных авторов. Особую ценность для раскрытия проблемы представила для соискателя новая постановка вопроса Л.М. Дробижевой о социальной и культурной дистанции применительно к многонациональному обществу.

В разделе обращается внимание на анализ исторических особенностей социокультурного развития страны. История развития России, в особенности в XX веке, сформировала в общественном сознании в мире, и отчасти внутри страны, имидж непредсказуемости, что естественно создает определенные трудности по формированию ее современного образа-имиджа.

Важным аспектом социокультурного имиджа России является ее пространственное развитие, объединяющее территории Европы и Азии. Как отмечает Элен Каррер д'Анкас, французский историк с русскими корнями, автор книг по истории России, «иногда россияне не знали являются ли они европейцами или нет. Русский национальный характер отличался постоянным рефлексированием относительно своего места в мире. Самые крупные российские историки задавались вопросом: европейская страна Россия или нет? Всегда была некая неуверенность. Россия постоянно должна была что-то доказывать себе и другим»¹.

И в самом деле, найти свою идентичность всегда было непросто. Поэтому в науке эта проблема идентифицировалась как теория «западничества – славянофильства – евразийства».

Эти позиции отражаются в теории и политических мнениях и на современном этапе. Дискуссии о национальной самобытности России, о ее отношении к Западу, о перспективах модернизации и возможности ее «особого пути» продолжаются около двух столетий, порождая относительно устойчивый дискурс. Его структура определена противоборством полярных мнений, согласно которым Россия рассматривается либо как тоже-Европа, либо как не-Европа и соответственно этому оцениваются перспективы освоения западного опыта и задачи внутренней и внешней политики. Было бы неверно представлять противостояние западничества и антизападничества² как исключительно российское явление.

Россия обязана учитывать имидж своей полицивилизационной уникальности, как сильную позицию, способствующую урегулированию междивилизационных отношений. Об этом писали еще в XIX веке такие выдающиеся умы России как Н.Данилевский, Ф. Достоевский, К. Леонтьев. В наше время эту линию активно отстаивал А. Панарин.

Для современной России, как проекта XXI в., важной является реализация идеи укрепления единства российской нации.

Одним из факторов решения этой задачи и базисным элементом при

¹ См.: Русский Мир. Журнал о России и русской цивилизации, июль, 2009, с. 28-30.

² Термин «западничество» используется здесь расширительно: он указывает не столько на классическое западничество, сколько на условное направление в отечественной общественно-политической мысли, рассматривающее опыт Запада как ориентир для российской модернизации. Антизападнический лагерь, в свою очередь, представлен множеством идейных течений, так или иначе настаивавших на принципиальном несходстве России и Запада и на необходимости своего, «особого пути».

закреплении внутри- и внешнеполитического имиджа России является становление в России гражданского общества, формирование которого было объявлено руководством страны одной из приоритетных задач российских реформ.

Немаловажным фактором, предопределяющим восприятие складывающейся в стране ситуации с формированием и укреплением позиций гражданского общества, выступает специфика российского контекста, в котором протекают указанные процессы. Эта специфика обусловлена:

во-первых, парадоксальными и абсолютно непродуктивными (а, по сути, выливающимися в инициирование государством разнообразных имитаций) попытками развития гражданского общества сверху, властными усилиями;

во-вторых, практическим отсутствием независимых и неподконтрольных властному официозу СМИ, формирующих общественное мнение;

в-третьих, тем фактом, что права человека и гражданина по-прежнему остаются на периферии массового сознания и общественных практик, равно как и повседневной деятельности власти¹;

в-четвертых, продолжающимся и ведущим к социальной атомизации и дезинтеграции социума размыванием нормативноценностного комплекса социального доверия как фундамента любой социальности²;

в-пятых, предпринимаемыми социальными архитекторами современности попытками неосмысленного внедрения и развития в стране западных моделей гражданского общества, которые, не будучи адаптированы к российской специфике, неизбежно вступают в противоречие с многовековыми традициями русского народа³;

в-шестых, углублением социальных неравенств, воспроизводимых в достаточно устойчивых формах, как отражение политической, культурно-нормативной, но, прежде всего, экономической структуры современного российского социума, и проявляющихся в разном качестве отдельных аспектов жизни россиян - практиках распределения собственности и доходов, социально-психологическом состоянии, открывающихся возможностях,

¹ Патрушев С.В. Результатом становления и критерием гражданского общества является гражданин // Горбачевские чтения. Вып. 5. Гражданское общество: настоящее и будущее. 1937-2007: Память и ответственность. М.: Международный фонд социально-экономических и политологических исследований (Горбачев-Фонд), 2007.

² Речь в данном случае идет об обобщенном, или социальном, доверии, уровень которого снизился в период с 1989 по 2007 гг. с 54% (данные ВЦИОМ) до 18% (данные ФОМ). Иными словами, в середине относительно благополучного, с социальной точки зрения, 2007 г. лишь 18% россиян полагали, что большинству людей можно доверять, тогда как 78% считали, что в отношениях с людьми следует быть осторожными (подробнее см.: Факторы развития гражданского общества и механизмы его взаимодействия с государством / Под ред. Л.И. Яковсона. М.: Вершина, 2008. С. 168-169).

³ Здесь уместно и должно вспомнить слова великого русского философа, писателя и публициста И.А. Ильина, писавшего, что государственный строй - это не «одежда», которую можно сменить в любой момент; это, скорее, органически свойственное ему «строение тела», его костяк, несущий мускулы, органы, кровообращение и кожу. Только политические верхогляды, считал философ, могут вообразить, будто народам возможно «даровать» их государственное устройство, будто существует единая государственная форма, «лучшая для всех времен и народов», а посему нет ничего опаснее и нелепее стремления навязывать народу то, что не соответствует его историческому бытию (см.: Ильин И.А. Наши задачи. Историческая судьба и будущее России. В 2-х томах. Т. 1. М.: МП «Рарог», 1992. С. 194).

степени доступности стратегий адаптации и улучшения своего положения, в восприятии людьми жизни в целом.

В многонациональной России формирование гражданского общества возможно лишь на наднациональной основе, т.е. при условии превращения россиян в политическую нацию, внутри которой национальные различия имели бы исключительно конфессиональный и социокультурный характер. Таким образом, одной из базовых предпосылок становления полноценного гражданского общества в России является формирование гражданской идентичности россиян¹.

Опираясь на труды отечественных ученых Р.Г. Абдулатипова, В.В. Гайдука, И.Ю. Глинской, М.Н. Губогло, Л.М. Дробижевой, В.Ю. Зорина, В.А.Тишкова, а также исследования преподавателей кафедры национальных и федеративных отношений РАГС при Президенте Российской Федерации, автор раскрывает сложность этой проблемы и магистральные пути ее решения.

Диссертант, анализируя эти процессы, приходит к выводу, что на глобальном уровне сохранение российской идентичности способствует успешному интегрированию России в мировое сообщество и ее позиционированию на международной арене. На личностном же уровне - утверждению жизненных ориентиров, формированию чувства защищенности в рамках «своего» общества, подавлению тревоги и фрустрации, особенно значимой на фоне фиксируемого социологами увеличения доли российских граждан, испытывающих чувство страха, ощущающих собственную беспомощность и невозможность повлиять на происходящее вокруг. И это не случайно, ибо только при условии прочной национальной солидарности, ощущения самоидентичности, имея возможность отнести себя к какой-то системе, направляющей его жизнь и придающей ей смысл, человек не рискует остаться в одиночестве перед натиском бури глобализации. В противном случае, утрачивая свои идентификационные качества, человек «теряет себя», поскольку идентичность есть основа онтологической безопасности и непрерывности его бытия. Человеку нужна идентичность как «для всякого плода», по мысли Ф.М. Достоевского, «нужна своя почва, свой климат, свое воспитание».

Современная идентичность населения России, по мнению Л.М. Дробижевой, представляет собой «...сложный конгломерат новой российской, ностальгической советской, социальной, региональной, локальной, этнокультурной, религиозной идентичностей. Естественно, все политические, социально-культурные, экономические трансформации общества находят отражение в государственно-гражданской идентичности, поэтому по изменениям в ней судят о направлениях в развитии социума, но и она сама, ее характер, масштабность, интенсивность, способствует

¹ Зарщиков А. Проблемы становления гражданского общества в современной России [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.pareto-center.ru/smi-38.htm>.

ориентации и мобилизации людей, становится социальным ресурсом в общественном развитии»¹.

В **Заключении** диссертантом подводятся основные итоги исследования, формулируются выводы и рекомендации. Диссертант полагает, что формирование позитивного имиджа России зависит прежде всего от следующих факторов:

1. Эффективная деятельность всех органов государственной власти. На решение этой задачи нацелено основное содержание государственных документов и программ. Это Концепция внешней политики Российской Федерации (2008 г.), Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации до 2020 г. (2008 г.), Стратегия национальной безопасности (2009 г.). В этих документах ставится задача вернуть России статус великой державы и войти в пятерку наиболее богатых стран мира, определяющих мировое развитие.

2. Экономическое благополучие страны. В статье «Войдет ли Россия в пятерку мировых лидеров?» С. Кортунов пишет, что «к 2020 году намечается серьезная реструктуризация национальной экономики в сторону инновационного развития: доля инновационных предприятий должна составить 40-50% (2008 год – 8,5%); доля инновационной продукции в национальной экономике – 25-53% (2008 год – 5,5%); затраты в федеральном бюджете на НИОКР – 2,5 – 3% (2008 год – 1%); сектор экономики знаний 19% (2008 год – 10%); удельный вес инновационной продукции – 53% (2008 год – 0,5 %). При этом доля нефтегазового комплекса должна была упасть до 10-12% (2008 год – 19%)². До мирового экономического кризиса считалось, что такой потенциал у России есть. Однако результаты кризиса несколько поубавили такой оптимизм, что видно из публикаций на экономическую тему.

3. Все большее распространение получает позиция, согласно которой имидж России неразрывно связан с характером постановки и восприятия отдельных исторических аспектов ее развития. Государственное значение получает вопрос политических интерпретаций прошлого в формировании представлений о современной России. Особенно это касается оценок российской истории советского периода, когда акцент переносится только на сугубо негативные явления, связанные с необоснованными репрессиями и другими издержками политического и экономического характера, и применяется метод фальсификаций. При этом передается забвению мировое влияние имиджа СССР как сильного, интеллектуального, социально справедливого государства, победившего фашизм, освоившего космос, осуществившего цивилизационное развитие многих народов, находившихся на дофеодальном уровне социально-экономического развития. Сегодня важно не только объективно рассмотреть исторические факторы влияния на современные трансформационные процессы в направлении

¹ Дробизева Л.М. Процессы гражданской интеграции в полиэтническом российском обществе // Общественные науки и современность. 2008. № 2.

² Кортунов С. Войдет ли Россия в пятерку мировых лидеров? Вестник аналитики. 2010. № 1 (39).

демократизации всех сфер общественной жизни, но и всесторонне проанализировать составляющие этого процесса.

Россия вступила в новый этап своего развития – этап модернизации. Важно, что каждый из этих этапов не отрицает предыдущий, а опирается на него. Именно преемственность исторического курса, глубокий анализ достижений и просчетов делают модернизацию реальной, повышают социальное восприятие формирующегося имиджа России. Для народов нашей страны, молодежи формирование положительного имиджа России связано с приобретением чувства национальной гордости. Что рождает патриотизм, является духовным, социально-политическим, экономическим двигателем развития.

4. Представляется очевидным, что решение практической задачи формирования и реализации позитивного образа государства предполагает задействование широкого спектра приемов и технологий, относящихся к сфере политического менеджмента. Именно арсенал технологий, имеющийся в политическом менеджменте, позволяет внедрять в массовое сознание новые представления и ценности, формировать необходимые установки и убеждения.

По теме диссертационного исследования автором опубликованы следующие работы общим объемом 2,6 п.л.:

Публикации в рецензируемых научных изданиях:

1. Мартынова Л.Г. Проблемные аспекты формирования современного имиджа России // Государственная служба. № 1. М.: Изд-во РАГС, 2011.- 0,6 п.л.
2. Мартынова Л.Г. Иракский кризис и мировая политика. (в соавт. с Дахиным В.Н.) Безопасность Евразии, № 4 (14), 2003. - 0,4 п.л. Авторство не разделено.

Публикации в других научных изданиях:

3. Мартынова Л.Г. Российская Федерация в современном геополитическом пространстве // Вопросы национальных и федеративных отношений: сб. науч. ст. / под общ. ред. В.А. Михайлова, К.В. Калининной. М.: Изд-во РАГС, 2009. - 0,5 п.л.
4. Мартынова Л.Г. Международный имидж России // Ст. в сб. Россия в современных международных отношениях. М.: Изд-во РАГС, 2004. - 0,5 п.л.
5. Мартынова Л.Г. К вопросу о роли СМИ в принятии политических решений // Ст. в сб. Современный миропорядок и Россия. М.: Изд-во РАГС, 2004. – 0,6 п.л.

Автореферат диссертации на соискание
ученой степени кандидата политических наук

Мартынова Любовь Геннадьевна

**СОВРЕМЕННЫЙ ИМИДЖ РОССИИ:
ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

Научный руководитель -
доктор исторических наук, профессор
Дахин Владимир Никитович

Изготовление оригинал-макета
Мартынова Любовь Геннадьевна
Подписано в печать 22. 11. 2011 г. Тираж 80 экз.
Усл. п.л. – 1,0

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего
профессионального образования «Российская академия народного хозяйства
и государственной службы при Президенте Российской Федерации»

Отпечатано ОПМТ РАГС. Заказ № 264
119606 Москва, проспект Вернадского, 84