

Н.Ю. Кайзер

Образ России в представлениях жителей Алтайского края: институционально-политический аспект*

N.Yu. Kaiser

The Image of Russia in the Ideas of the Citizens of the Altai Territory: Institutional and Political Aspect

На основе данных социологического исследования рассматривается проблема восприятия образа России жителями Алтайского края.

Ключевые слова: образ России, российская идентичность, национальная идентичность, представления, факторы, национальное самосознание.

Современный этап развития общества характеризуется постоянно растущей конкуренцией между участниками международного пространства. Инвестиции, информационные, транспортные и туристические потоки, экологические, экономические, социальные и культурные проекты – все это является объектами конкуренции. В итоге в выигрышном положении оказываются те страны, которые не только обладают востребованными ресурсами, но и умеют с выгодой для своего развития пользоваться ими. В условиях жесткой конкуренции возрастает роль позиционирования, позволяющего стране привлекать и наращивать ресурсы для своего развития. Позиционирование в рыночном понимании – это воссоздание привлекательного имиджа страны, повышающего его конкурентоспособность.

В России в последнее время имиджу и образу страны стало уделяться самое серьезное и пристальное внимание. В 2000 г. одной из важнейших задач российской внешней политики было официально провозглашено содействие «позитивному восприятию России в мире, популяризации русского языка и культуры народов России в иностранных государствах». В июне 2004 г. Владимир Путин поставил перед российскими дипломатами задачу работать над улучшением образа России в мире, и в ответ на президентское указание появились многочисленные проекты и предложения. Так, в 2005 г. в США и Европе были проведены беспрецедентные по размаху художественные выставки российского искусства, организованы международные форумы, запущен имиджевый телеканал «Russia Today», который вещает на английском языке для зарубежной аудитории. О необходимости целенаправленного создания привлекательного имиджа

* Работа выполнена по Государственному контракту №02.740.11.0360 «Социальные риски воспроизводства девиаций и социальная безопасность населения России: проблемы взаимообусловленности и трансформации в современных условиях кризисного состояния общества».

Basing on sociological research the author examines problem of the perception of Russia's image by citizens of the Altai Territory.

Key words: image of Russia, Russian identity, national identity, ideas, factors, national self-consciousness.

страны говорят многие специалисты (Л.Ф. Адилова, Э.А. Галумов, А. Никонов).

Но только лишь стараниями властей невозможно создать эффективный имидж страны. Успех может иметь только та имиджевая политика, которая будет опираться на исторические традиции, на мнение и поддержку местного экспертного сообщества, на активную заинтересованность жителей страны в проведении такой политики. Причем важно учитывать, что, только сформировав позитивный имидж страны среди его жителей, можно рассчитывать на успех в продвижении имиджа во внешнюю среду.

И хотя процесс конструирования имиджа предлагает определенное формирующее воздействие на целевые группы, имидж не может создаваться в противоречии с существующими ожиданиями и представлениями. То есть в процессе работы над имиджем неизбежно необходимо учитывать тот образ, который уже сложился в массовом сознании, – только в этом случае возможно эффективное формирование нужных представлений о стране в сознании различных целевых групп.

В российской научной литературе, публицистике и политической дискуссии понятия «образ» и «имидж» употребляются как синонимы, что не совсем оправданно. «Образ» – очень широкое понятие, включающее в себя множество других, таких как «имидж», «субимидж», «стереотип», «миф» и др. В самом широком смысле образ территории можно определить как совокупность характеристик данной территории, отраженных в сознании людей. Имидж – понятие более узкое; оно определяет ту составляющую национального образа, которая формируется под воздействием направленных на его конструирование ресурсов и технологий, в первую очередь находящихся в непосредственном распоряжении заинтересованного государства [1, с. 2].

Однако целевая аудитория имиджевой политики ограничена в основном сообществами, которые вовлечены в различные формы взаимодействия с данным государством. В этом смысле имидж страны является наиболее динамичным, но отнюдь не единственным элементом ее образа. Поэтому одной из существенных задач имиджевой политики России является изучение и последующая корректировка образа страны, сформированного в сознании самих жителей страны – россиян.

Изучение существующего образа государства, субъектно-эмоционального отношения жителей к своей стране в совокупности с учетом объективных характеристик ее состояния и развития позволят построить такой образ, который будет привлекать инвестиционные, трудовые и другие ресурсы, повышать привлекательность территории для туристов и инвесторов, повышать конкурентоспособность товаров как внутри страны, так и за ее пределами.

Образ страны складывается из представления о таких ее составляющих, как население, экономика, образование, культура, наука, СМИ, здравоохранение, спорт, политика, властные структуры, национальные лидеры, нормативно-правовая база, быт, коммунальное и транспортное хозяйство, архитектура, географические особенности, историческое прошлое. Классифицировать данные характеристики можно по-разному.

Данной теме посвящены работы многих отечественных исследователей (И.С. Семененко, Д.Н. Замятин, В.И. Пантин, В.В. Лапкин, Т.Н. Колесникова, Т.Л. Шаумян, С.В. Лурье, Д.В. Драгунский). На основе выделенных современными исследователями классификаций все влияющие на образ территории факторы можно разделить на культурные, институционально-политические, экономические, социальные, географические, символические образы.

Культурные элементы включают: национальное и культурное наследие страны (виды народного искусства; русская классическая культура; фольклор; знания; традиции; нравы и т.д.) и культуру повседневности (элементы национального костюма; орудия труда; постройки; жилище (устройство); кухня; образ жизни жителя страны и т.д.).

Символические образы: государственные официальные символы (флаг, герб, гимн) страны; архитектурные строения; представители флоры и фауны; известные люди.

Географические факторы: географическое положение; площадь территории; протяженность границ; водные ресурсы; выход к морям; климатические условия и т.д.

Социальная составляющая образа отражает: качество жизни, образ жизни, социальную стратификацию, систему здравоохранения, систему образования, средства массовой информации, уровень смертности/

рождаемости, проблему алкоголизма и наркомании, проблему безопасности.

Институционально-политические факторы: место страны в мире, роль России на международной арене, уровень влияния на мировую политику, развитие демократии, распространение коррупции, политическая активность граждан, национальная идея, национальные интересы, вектор (направление) национального развития и т.д.

Экономические факторы: конкурентоспособность, инвестиционная привлекательность, экономическое положение страны, уровень экономического развития, материальное положение граждан, уровень влияния на мировую экономику.

Видно, что образ такой сложной и большой системы, как Россия, является многомерным. Работа по его реконструкции требует взглянуть в каждый отдельный срез системы, а затем объединить все эти частные образы в один интегральный. Чем больше срезов, тем более верным и насыщенным станет исследуемая многомерная картина.

В предлагаемой статье предпринята попытка рассмотреть спектр факторов, влияющих на формирование образа территории, на основе данных социологического исследования в Алтайском крае (в 2008 г. было опрошено 565 респондентов). Совокупность вопросов, использованных в анкете, с одной стороны, максимально полно охватывает круг факторов формирования образа страны из разных сфер. Это позволило определить блоки факторов-категорий, которые респонденты считают наиболее значимыми при формировании образа страны. А с другой стороны, учитывая, что одного исследования недостаточно, чтобы выявить и проанализировать все факторы, влияющие на формирование представлений о России (хотя бы потому, что эти факторы могут относиться к совершенно различным сферам человеческой жизнедеятельности, которые одному специалисту охватить трудно), мы попытались исследовать наиболее полно социальные и психологические факторы, определяющие образ страны.

При изучении образа России важно учитывать специфику формирования российской государственной идентичности. Так, в России, в отличие от большинства других бывших союзных республик, обретение самостоятельности страны для многих граждан не несло психологической нагрузки и представлялось искусственным. Указанную тенденцию подтверждают различные исследования, проводившиеся в 1990-х гг. В 1996 г. около 38% граждан России ощущали себя гражданами СССР или вообще не могли определиться со своей гражданской принадлежностью [2, с. 50].

По данным проведенного в Алтайском крае исследования, 96,6% респондентов ассоциируют себя с гражданином России. Это говорит о том, что россияне перестают ощущать себя в маргинальном по-

ложении (уже не гражданин СССР и еще не гражданин России), напротив, появляется чувство стабильности, уверенности в завтрашнем дне, происходит обретение нравственных, идеологических и жизненных ориентиров.

Другая специфическая особенность процесса формирования новой российской идентичности, составляющей основу образа страны, состоит в том, что национальный фактор не является критерием выделения России в самостоятельное государство. По данным нашего исследования, 38,5% опрошенных считают, что Россия – это многонациональное государство, еще 44% согласны с тем, что Россия – многонациональная страна, но уточняют, что русский народ по численности должен преобладать. Достаточно высокий процент опрошенных (17,5%) считают, что Россия прежде всего государство русских и для русских.

Системой, сплачивающей российскую государственность, воплощающей дух народа, духовное основание народной жизни, являлась и является религия – православие. Большинство респондентов (40,6%) считают, что в России должна преобладать православная религия, но не в ущерб другим религиям. Еще 38,6% опрошенных полагают, что православие – религия большинства, поэтому должна быть преобладающей.

Н.А. Родионова отмечает, что для русской философской традиции характерно рассмотрение проблемы поиска национальной идентичности с позиций патриотизма и веры в великое будущее России [3, с. 125].

Патриотизм – понятие многогранное, которое включает в себя и чувство любви к Родине, и желание принести ей пользу. По результатам проведенного исследования, жители Алтайского края испытывают к своей стране прежде всего такие чувства, как уважение (59,9%), любовь (58%) и гордость (54%). Данная тенденция подтверждается дополнительным (уточняющим) вопросом о таких чувствах, как гордость и стыд. 34,6% респондентов отметили, что гордость за страну возникает у них довольно часто, еще 52,9% респондентов иногда испытывают это чувство. Стыд за Россию периодически испытывают 52,8% опрошенных респондентов, 30,3% – практически никогда.

Патриотизм, наряду с аффективной составляющей, включает в себя и конативный (поведенческий) компонент. Ничто не говорит так красноречиво о патриотических чувствах человека, как его желание жить и работать в своей стране. 64,6% жителей Алтайского края не хотели бы родиться и жить не в России. 37,5% опрошенных не хотели бы работать в другой стране, 17,44%, напротив, были бы рады поработать за границей, а 38,8% респондентов возможно воспользовались бы таким предложением. 59,1% респондентов не хотели бы, чтобы их дети жили в другой стране.

На вопрос о пригодности России в качестве места проживания прослеживается небольшая динамика

при сравнении ответов про себя и своих детей. На 5,5% уменьшилось количество респондентов, не желающих, чтобы их дети жили в другой стране. На 3,1% увеличился процент тех, кто хотел бы, чтобы их дети, в отличие от них самих, жили не в России. На 4,3% увеличилось число респондентов, выбравших вариант ответа *возможно*. Примечательно, что 31,4% респондентов вообще не хотели бы уезжать за границу, даже временно.

Для формирования имиджа страны очень важны позитивные представления о современном положении и будущем состоянии страны. 55,3 и 48,8% респондентов оценивают качество жизни в России и качество своей жизни как удовлетворительное (соответственно). При этом наблюдается полярность мнений при оценке качества своей жизни и жизни в России как хорошей и плохой – около трети опрошенных (27,7%) оценивают свою жизнь как хорошую, а 14,4% – как плохую. И наоборот, 13,5% опрошенных оценивают качество жизни в России как хорошее, а 21,3% – как плохое.

Более половины опрошенных (57,3%) положительно оценивают изменения, происходящие в стране, и считают, что жизнь в России с течением времени становится лучше. Почти столько же – 52,2% респондентов – считают, что и их жизнь с течением времени становится лучше. Рост количества (или процента) респондентов, считающих, что их жизнь не меняется (33,3% против 20% ответивших, что и жизнь в России тоже не меняется), возможно, объясняется «обычностью» жизни респондентов, по большей части нацеленных на получение материальных благ и потому обрекающих себя на ежедневный монотонный труд ради денег.

Несмотря на мировой финансовый кризис, 49% респондентов считают, что в данный момент Россия находится в состоянии постепенного улучшения. А в будущем видят Россию одной из процветающих стран мира 29,3% опрошенных и развивающимся государством – 33,8%.

При этом 36,4% респондентов считают, что *возрождение России* возможно через 10–20 лет, 23,4% – через 20–30 лет, еще 17,9% – менее чем через 10 лет.

42,6% участвующих в опросе полагают, что возрождение России зависит от воспитания подрастающего поколения, 40,6% – думают, что этому скорее может способствовать социально-экономическое развитие России.

На социально-экономическое развитие России, в свою очередь, в большей степени влияют такие геополитические факторы, как запасы полезных ископаемых (62,1% ответов), географическое положение (50,5%), площадь занимаемой территории (41%).

Такие позитивные представления о будущем страны не означают, что россияне не замечают существующих проблем. Среди главных проблем в России 40,8% респондентов выделяют пьянство, 37% – низкую зарплату, 30,4% – коррупцию.

Говоря о «внутреннем» образе страны, следует прежде всего обратить внимание на преобладающие в нашем обществе представления о цивилизационной принадлежности России. Более половины опрошенных респондентов (60,6%) считают, что Россия не похожа ни на Европу, ни на Азию, что своеобразие русской культуры и традиций предполагает свой собственный цивилизационный путь развития.

Для 44,4% респондентов образ России связан с ее особым «евразийским», промежуточным, пограничным между Западом и Востоком положением. Еще 37,4% респондентов считают, что Россия представляет собой самобытную цивилизацию, которой свойственен «особый путь» развития, свои особые традиции и культура. При этом примечательно, что, несмотря на то, что Россия большей частью своей принадлежит азиатскому континенту (причем значительно большей), в пять раз больше респондентов все же характеризуют Россию как часть Европы (15,2%), нежели как часть Азии (2,8%).

Жители Алтайского края считают, что Россия отличается от других стран площадью территории (47,1%) и особенными людьми (44,4%).

Важной составляющей образа страны являются представления о внешнем образе, включающие характер взаимоотношений с другими странами, роль страны при решении международных вопросов. Так, 52% респондентов, участвовавших в опросе, отметили, что сегодня в мире преобладает удовлетворительное отношение к России. При этом более половины респондентов (60,6%) подчеркивают, что за последние несколько лет отношение к нашей стране (в мире) улучшилось. Примерно равное количество респондентов считают, что отношение к России за последние несколько лет ухудшилось и не изменилось – 19,1 и 20,2% соответственно.

Отмечая удовлетворительное в целом отношение к России в мире, жители Алтайского края все же понимают, что восприятие России за рубежом носит неоднозначный характер и в разных странах может восприниматься по-разному. Так, 79,3% респондентов считают, что отношение к России в странах Запада и Востока отличается.

Данные проведенного исследования не позволяют говорить о преобладании определенного отношения в мире к России. Большинство опрошенных (27,8%) отмечают, что наша страна для зарубежных партнеров – прежде всего источник нефти и газа; 21,6% респондентов полагают, что Россию в мире воспринимают как непонятную и непредсказуемую страну; 19,3% считают, что в мире к России относятся с уважением, 15,6% – как к союзнику и партнеру.

Жители Алтайского края считают Россию более влиятельной на мировой арене в политическом плане, чем в экономике. Так, 50,6% респондентов утверждают, что Россия влияет на мировую политику уже

сегодня, и только 37% опрошенных склонны думать, что современная Россия также оказывает влияние и на мировую экономику.

Получается, что наличие определенных факторов (возможно, например, ядерного оружия – статус ядерной державы, богатые ресурсы нефти и газа), по мнению респондентов, дает России возможность диктовать свои условия в политической сфере, но пока (т.е. в настоящем времени) не позволяет быть равноправным партнером развитых стран в области экономики.

Безусловно, следует отметить, что еще 37% опрошенных смотрят в будущее с оптимизмом и отмечают, что Россия будет влиять на мировую экономику уже в ближайшем десятилетии.

Также респондентам было предложено расположить Россию в первой десятке стран мира, либо между 10-м и 50-м местом, между 50-м и 100-м местом, либо в число наиболее отстающих стран мира в таких областях, как политика, экономика, наука, спорт, информационные технологии, культура, социальная сфера, и оценить ее место среди других стран мира в целом. Причем предлагалось оценить современную Россию и ту, какой она будет в недалеком будущем – через 20–30 лет.

Большинство респондентов располагают современную Россию в первой десятке стран мира по таким сферам международной деятельности, как политика (60,5%) и спорт (67,3%).

По таким сферам, как экономика и информационные технологии, большинство респондентов (43,9 и 45,9% соответственно) полагают, что Россия находится между 10-м и 50-м местом среди других стран.

Трудно выявить абсолютное большинство по таким областям, как наука и культура. 48,3% опрошенных считают, что российская наука находится в первой десятке, 35,7% – располагают ее между 10-м и 50-м местом. Похожая ситуация и при оценке культуры современной России: 33,9% опрошенных полагают, что культура России находится в первой десятке, 40% – располагают ее между 10-м и 50-м местом.

Негативные моменты респонденты отмечают при оценке социальной сферы современной России. Так, 31,6% опрошенных располагают Россию в данной области между 10-м и 50-м местом, 25,3% – между 50-м и 100-м местом, а 19,1% – относят к числу наиболее отстающих. Следует заметить, что ни одну другую область больше чем 6,1% респондентов не относили к числу наиболее отстающих.

В целом респонденты чаще всего (43,8%) располагают современную Россию между 10-м и 50-м местом среди всех других стран мира.

Больше половины респондентов при определении места будущей России среди других стран считают, что она будет находиться в первой десятке во всех

областях: в политике (64,1%), экономике (52,3%), науке (63,3%), спорте (72,7%), в информационных технологиях (54,8%), культуре (52%). И только в социальной сфере число опрошенных респондентов, располагающих будущей Россией по данному показателю в первой десятке стран мира, составляет 41,5%. В целом чаще всего (52,2% респондентов) будущая Россия видится в первой десятке.

Образ страны описывается через субъективное отношение к ней различных групп населения.

В основе образа страны лежит национально-гражданская идентичность, особенности процесса формирования которой влияют на образ России. Так, по результатам исследования, Россия воспринимается жителями Алтайского края как многонациональное государство с православными традициями.

Россия для респондентов – это Родина, к которой они питают возвышенное чувство любви, и несмотря на невысокую оценку качества жизни, не испытывают желания жить в другой стране. Россияне отмечают позитивные изменения и верят, что Россия в будущем будет одной из процветающих стран мира.

Образ России жители Алтайского края видят в ее самобытности, необходимости быть не похожей на других, а цивилизационный путь основан на самобытной идеологии, учитывающей менталитет жителей России и особенное географическое расположение страны между восточной и западной цивилизациями.

Одна из важнейших сторон национального самосознания россиян заключается в их самоопределении относительно современного мира в целом и прежде всего Европы и Азии, в представлениях о месте России среди других стран по различным сферам общественной жизни, ее влиянии на международную политику и экономику.

Таким образом, большинство россиян в лице жителей Алтайского края смотрят в будущее с оптимизмом, и негативное восприятие некоторых аспектов образа России вовсе не препятствует надеждам на дальнейшее процветание нашей страны. Поэтому постепенное создание позитивного образа России среди его граждан должно стать одной из приоритетных задач российского руководства.

Библиографический список

1. Семененко, И.С. Культура, общество и образ России / И.С. Семененко // Неприкосновенный запас. – 2007. – №1.
2. Здравомыслов, А. О национальном самосознании / А. Здравомыслов // Мониторинг общественного мнения. – 2001. – №1.
3. Родионова, Н.А. Специфика и проблемы этнической идентичности русских в современной России / Н.А. Родионова // Мир психологии. – 2006. – №4.