

Кучаева Юлиана Дмитриевна

студентка

ФГБОУ ВО «Самарский государственный
социально-педагогический университет»

г. Самара, Самарская область

ОБОГАЩЕНИЕ РОССИЙСКОГО СОЦИОКУЛЬТУРНОГО ИМИДЖА В XXI ВЕКЕ: ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ

Аннотация: в статье рассмотрены проблемы и особенности обогащения социокультурного имиджа современной России на основе изучения теории и мнений экспертов о состоянии культурной сферы страны. Обсуждены вопросы её экспортного потенциала, выявлены приоритетные направления и возможности развития культуры, рассмотрена проблема недостаточной популярности современной русской культуры на Западе, способы возможного стимулирования её привлекательности и политических выгод от этого процесса. Подчеркнута значимость сочетания социологических и культурологических подходов в создании условий для продуктивного диалога между государством и деятелями искусства, арт-маркетологами, искусствоведами для формирования привлекательного и достойного имиджа страны.

Ключевые слова: имидж, культура, Россия, социокультурный имидж, современное искусство, арт-рынок.

Исследуя взаимосвязь образа и имиджа как пересекающихся и взаимодополняющих понятий, мы обратились к изучению возможностей влияния информационно-медийного поля XXI века на культурный образ страны и обогащения тем самым ее имиджа в эпоху глобализации.

Прежде всего, перед нами стояли вопросы: на каком месте находится Россия в современном культурном и социокультурном поле в настоящее время? Какие проблемы стоят перед Россией в реализации этой цели и какие могут быть решения этих проблем? Есть ли выгода от развития сферы «культуры на экспорт» в долгосрочной перспективе?

Изучение дискуссий в рамках научных конференций, где спикеры делились опытом проведения опроса среди молодежи и студентов, показало, что самой частой идеей среди их предложений было продвижение современных форм искусства, которые отражали бы самобытность той или иной страны.

Спикеры предположили, что в случае России, речь должна идти не о массовой культуре, а о концептуальном, элитарном искусстве, и выделяют приоритетные направления: «Например, сейчас русские анимационщики считаются одними из лучших в мире, по мнению профессионалов в этой сфере. Ярославские художники получают международные премии, или, например, русская электронная музыка – совершенно самобытный мир, новые подходы, новые формы. На пространстве Европы самыми модными считаются молодые российские дизайнеры. В России никто ничего об этом не знает». Проблема в том, что государственные служащие не владеют информацией об этом [2; 5].

То есть существует большой разрыв между тем, что хочет продвигать молодое поколение и на что оно ставит, и тем, какие формы искусства поддерживаются государством.

Исследователи, рассматривающие вопрос международного имиджа в современной России, замечают, что в культурной сфере, в эпоху глобализации и транснационализации международных процессов, централизованный и государствоцентричный подход выглядит архаично и едва ли оправдан. Авторы настаивают, что централизованный подход кажется угрожающим в мире, где правительство дает расцвести людям, малым, средним и большим бизнесам, культурным проектам и т.д. [6].

Проблема недостаточной популярности современной русской культуры на Западе связана с тем, что государство обращает мало внимания на актуальные течения в современной русской культуре, которые из-за слабой поддержки остаются за кадром, «в тени». Неправильное распределение поддержки сверху приводит к тому, что самобытные в своей «русскости» проекты остаются в зачаточном состоянии; многие из них отражают «русскую тоску», «русскую противоречивость», «русский максимализм».

Но ведь именно за противоречивость восприятия полюбил весь мир в своё время русскую литературу – за смешение максимального отчаяния и максимального счастья, красиво выразить которые не удаётся в «народном» и массовом культурном посыле ни одному европейскому народу, кроме России. Можно сказать, это российское концептуальное ядрышко. Россия может быть интересна именно как проводник чувств – закрытым холодным англичанам, мистически философским немцам, экзальтированно романтичным французам. Но признать и позволить этому состояться – означает для государства признаться в неспособности сделать граждан счастливыми.

Это приводит к недостаточному спонсированию искусства и культуры в целом. Достаточно привести данные международных экспертов, оценивающих долю России и других стран в мировых расходах на науку и культуру: Россия тратит сегодня 1,5% ВВП, в то время как США – 34%, Япония и Китай – по 12,3%, страны ЕС – 23% [1].

Согласие с тем, что в России практически совсем нет условий для адекватного развития современного искусства, выражают исследователи в статье о стагнации российского арт-рынка искусства с точки зрения маркетолога [3].

Для расцвета культуры есть все условия – например, высок спрос на российских дизайнеров, видеомейкеров, деятелей современного искусства. Также арт-вложения, хотя и кажутся «платой за воздух», повышают туристическую привлекательность стран; а в этой сфере у России, несомненно, есть большой потенциал. В Россию хотят ехать, даже несмотря на отталкивающую европейцев политическую повестку; они находят в той самой культуре, истории, людях, искусстве – тот самый противовес образу железного государства в политике. При посещении России многие из предубеждений развеиваются, и образ России из «Путина и матрёшек» обретает новые, живые, более полные и человеческие стороны.

Существуют успешные примеры того, как преображались города, когда прошлые направления развития переставали себя оправдывать и правительство брало новый курс, чтобы не допустить коллапса. Это подтверждает, что для этого необходимо государственное намерение, заинтересованность и вовлеченность, а

также – приглашенные эксперты и курс на поднятия качества образования в выбранных сферах.

Например, Турин – центр Пьемонта – был долгое время известен как промышленный город, в котором располагались заводы компании «Фиат». В 1990-е гг. «Фиат» стал переводить свое производство в страны третьего мира, и Пьемонт захлестнула волна безработицы. Городским властям необходимо было осуществить смену имиджа города и провинции, и власти обратились именно к культуре как к средству его возрождения. Они постарались придать городу иной облик, причем прежде всего средствами культуры: стали проводить ежегодный международный Туринский кинофестиваль для начинающих режиссеров, продюсеров и сценаристов; открыли Музей кино; организовали Туринскую книжную ярмарку (крупнейшую в Италии), Туринский театральный фестиваль, Туринскую Олимпиаду [5].

Тенденция к переосмыслению культурного опыта у российской молодежи, напряженное положение России на международной политической арене, стагнация культурного поля глазами иностранцев – всё это является поводом к развитию культурной сферы нашей страны. В сравнительном анализе мы выяснили, что её главные проблемы на данный момент заключаются в немобильных подходах, отсутствии условий для самостоятельного развития арт-рынка, недофинансирования, а также недостаточном внимании к актуальным процессам в современном русском искусстве.

Подчеркнём, что особенно необходимость поддержки касается тех деятелей искусства, которые переосмысливают «русскость», стремятся ответить на вопросы «Кто мы в современном мире, какие несём ценности, почему мы особенные?». Сила и харизма людей и государств строятся на самоопределении; поэтому поддержка культурной сферы, особенно в век «мягкой силы» и демократии, была бы очень полезным и долгосрочным вложением.

Западное отношение к России всегда было неоднозначным, но русская культура – та константа, которая сквозь века вызывает восхищение у иностранцев. К примеру, британцы нашли для себя отклик в русской литературе, архитектуре,

музыке, несмотря на частое отношение к России как к «непонятной и мистической». Даже современные лондонцы описывают её весьма контрастно: «Огромная, сильная, красивая, холод, интенсивность, эксцентричность, сумасшествие, грубость, душевность» [3].

Нам кажется необходимым создание условий для продуктивного диалога между государством и деятелями искусства, арт-маркетологами, искусствоведами и другими экспертами в этой сфере. Следует «наладить мосты» с зарубежным арт-рынком, участвовать в международных арт-конференциях, выставках, проектах, биеннале, повышать качество образования в культурной сфере. Важно поддерживать международные коммуникации с помощью обмена студентами, а также перенимать опыт стран, которые уже достигли успеха в сфере искусства.

Кроме этого, государственным деятелям нужно больше впускать в свои ряды молодое поколение – людей, которые заинтересованы в том, чтобы прожить полноценную жизнь в России, вывести различные сферы, в том числе сферу искусства, на новый уровень. Тогда состоится подъем российской современной культуры, которая является действительно интересной и самобытной, но на данный момент существует «в подполье».

Таким образом, можно утверждать, что XXI век, несомненно, является веком, в котором доминируют инструменты «мягкой силы» – к ним относится и внимание к культурному влиянию стран. И пока российская экономическая доминанта не слишком себя оправдывает, а политические решения недостаточно популярны, дать толчок к развитию в культурной сфере кажется тем верным ходом, который может спасти имидж России от изгойства на международной арене.

Список литературы

1. Василенко И.А. Роль культурной политики в процессе формирования и продвижения позитивного имиджа России / И.А. Василенко // Власть. – 2014. – №6 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-kulturnoy-politiki-v-protssesse-formirovaniya-i-prodvizheniya-pozitivnogo-imidzha-rossii> (дата обращения: 31.08.2020).

2. Глинская И.Ю. Формирование и продвижение бренд-имиджа России / И.Ю. Глинская // Вестник РУДН. Серия: Международные отношения. – 2016. – №1 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-i-prodvizhenie-brend-imidzha-rossii> (дата обращения: 18.01.2021).

3. Гольман И.А. Российский арт-рынок современного искусства с точки зрения маркетолога / И.А. Гольман // Знание. Понимание. Умение. – 2013. – №4 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=21029485> (дата обращения: 01.09.2020).

4. Жители Лондона о России и русских // Вестник. jr, 2015 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vestikavkaza.ru/pvk/kulytura/zhiteli-londona-o-rossii-i-russkih> (дата обращения: 27.12.2020).

5. Имидж государства на мировой арене: методы формирования и продвижения (дискуссия в рамках 6-й Международной научной конференции «Государственное управление в XXI веке: традиции и инновации») // Вестник Московского университета. Серия 21: Управление (государство и общество). – 2009. – №2 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/imidzh-gosudarstva-na-mirovoy-arene-metody-formirovaniya-i-prodvizheniya-diskussiya-v-ramkah-6-y-mezhdunarodnoy-nauchnoy-konferentsii> (дата обращения: 02.09.2020).

6. Соловьев Э. Международный имидж современной России: дефицит привлекательности или дефицит идей? / Э. Соловьев, А. Смирнов // Россия и мусульманский мир. – 2009. – №2 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=22326248> (дата обращения: 02.09.2020).