

КАСПИЙСКИЙ РЕГИОН: ПОЛИТИЧЕСКАЯ РЕГИОНАЛИСТИКА

ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РЕЛИГИОЗНОГО ФАКТОРА ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

О.Л. Церпицкая
(Россия, г. Санкт-Петербург)

В статье рассматриваются теоретические аспекты влияния религиозного фактора на формирование имиджа России и приводятся практические рекомендации для соответствующей деятельности.

Ключевые слова: формирование имиджа государства, религиозный фактор, поликонфессиональность, религиозная организация, СМИ.

In the article "Perspectives of the Religious Factor Using in the Russian Federation's Image Making" the theoretical aspects of the religious factor influence on the Russian image making are examined, and the practical recommendations for the image making activity are presented.

Key words: state image making, religious factor, multiconfessionalism, religious organization, mass media.

Формирование имиджа государства на внешнеполитической арене – одна из важнейших задач правящих элит. В этой связи необходимо учитывать множество факторов, способных оказывать влияние на имидж государства. Но данная статья ставит своей целью рассмотрение ряда причин, по которым рекомендуется использование именно религиозного фактора, учитывая не всегда очевидное, но исключительное по возможностям оказываемое им влияние.

Вначале целесообразно определить, каковы основные аспекты влияния религии на имидж государства.

Во-первых, отношение к религиозной организации, которое будет влиять на имидж всей страны, определяется через ее отношение к собственным верующим и верующим других конфессий, проживающих на канонической территории данной организации. Данные взаимоотношения могут сильно отличаться от предписываемых религиозными нормами. Сюда же относится и влияние организации на этой территории, и ее активность, что будет определять силу ее влияния на имидж. К примеру, нельзя сравнить влияние религии в США с ее влиянием в Германии или Голландии.

Во-вторых, важным аспектом деятельности религиозной организации будет являться ее взаимодействие со светскими структурами государства. Взаимное сотрудничество по важным социальным вопросам может принести лишь пользу [4, с. 23–24], но вот смешивание религиозных и государственных структур или использование государством религиозных институтов в своих целях приведут лишь к осуждению в большей части мира.

В-третьих, религиозная организация взаимодействует с другими конфессиями и организациями. Межрелигиозный диалог, его плодотворность и готовность к разумному сотрудничеству во благо человечества или, напротив, конфронтация, противоречия и взаимные упреки всегда найдут свое отражение в мнении общественности о данной религиозной организации и стране, где она действует. Здесь же следует отметить и взаимоотношения между религиозными организациями в рамках одной конфессии, которые бывают еще запутаннее и сложнее. Бывает проще иметь дело с людьми, исповедующими другую религию, нежели с верующими в единого Бога, но по-разному толкующими учение.

В-четвертых, необходимо учитывать взаимодействие религиозной организации со своими верующими, находящимися за границей. Их деятельность способна оказывать непосредственное влияние на имидж за рубежом. Соответственно религиозная

организация должна тесно сотрудничать с представителями своей религии за рубежом, опекая и направляя их, но не вступая в конфликт с другими религиозными организациями, на канонической территории которых она действует.

Необходимо отметить и влияние религиозной организации в мире. Она включает в себя не только число людей, исповедующих данную религию, финансовые ресурсы или политическое влияние. Сюда необходимо отнести и такие оценочные категории, как уважение данной религиозной организации, благоприятное или негативное восприятие ее деятельности и т.д., что вместе и составит имидж организации, находящий свое отражение в чертах имиджа страны, на территории которой она действует. Как уже упоминалось, реализация прав и свобод человека является фактором, оказывающим немалое влияние на имидж страны. Следовательно, важным аспектом имиджа будет являться и свобода вероисповедания в стране, действующие законы, связанные с деятельностью религиозных организаций и другое.

Таким образом, на имидж страны оказывает влияние несметное множество факторов, которые можно условно разделить на внутренние и внешние. Но действие всех факторов возможно и необходимо корректировать с целью формирования наиболее благоприятного имиджа. На каждом историческом этапе тот или иной фактор может иметь большее или меньшее значение. Сегодня такие факторы, как этнический, личностный, религиозный, которые не раз становились определяющими на протяжении истории, не уступают своих позиций, находясь на одном уровне с политическими, экономическими и географическими [2, с. 79].

Религиозный фактор, являющийся внутренним, но зависящим и от внешних процессов, от деятельности других религиозных организаций и развития всего мирового сообщества, оказывает немалое влияние на имидж многих стран мира. Даже во времена Советского Союза, когда религия была практически запрещена, Русская Православная Церковь продолжала влиять на имидж страны, хотя и под контролем государства в строго ограниченных рамках. Сам религиозный фактор представляет из себя множество различных аспектов, которые оказывают немалое влияние на имидж современной России, особенно в условиях поликонфессиональности и полиэтничности страны. Для построения положительного имиджа, как уже было сказано, необходимо учитывать максимальное количество факторов, что делает невозможным игнорирование религиозного даже и в официально светском государстве. Это еще раз подтверждает необходимость детального исследования влияния религии на имидж России.

Если говорить об интересах государства и необходимости формирования благоприятного имиджа, то следует исходить из нескольких положений. Во-первых, Россия является светским государством, что накладывает определенные сценарии взаимоотношения религии и власти в государстве. Необходимо сохранять отделение светской власти не только в реальности, но и в умах общественности. Не в интересах России связывать религиозность с государством, так как страна является поликонфессиональной, и это может привести к усилению недовольства. В России не должна быть использована та схема взаимосвязи светской власти и религии, которая действует в США. Но и вариант Франции вряд ли сможет стать примером для России. Чрезмерное давление на религиозные чувства населения страны, стремление к запрету всех внешних признаков принадлежности к религии не гарантирует светскость государства [2, с. 78]. Религиозный аспект имиджа России не должен выходить за рамки соблюдения государством права человека на свободу совести и вероисповедания. Единственным исключением становится представление страны в тех государствах, где религия играет большую роль. Там следует подчеркивать, что российское государство представляет собой переплетение культур различных народов, что не позволяет ему игнорировать религиозные принципы различных народов в своей деятельности, а, наоборот, вынуждает опираться на них. Образ страны не может быть односоставным, это всегда комплекс. Примечательно сравнение России с матрешкой, «которая должна раскрываться слой за слоем» [5, с. 218].

Таким образом, вторым основным положением при учете религиозного фактора в образе страны и будет являться поликонфессиональность и полиэтничность России.

В различных странах должны подчеркиваться разные аспекты культур России, указывая на близость принципов и культуры данной страны к российской. Хорошим примером является включение религиозных лидеров в состав делегаций, направляемых в страны, где религия играет первостепенную роль. Конечно, речь во многом идет о мусульманских государствах или о странах, в которых религия является государственной (Финляндия, например). В это же время в странах, где подчеркивается важность светских принципов устройства государства или в тех, где российские религиозные деятели не находят общего языка с религиозными представителями в данной стране, следует максимально снизить долю религиозного аспекта в восприятии страны. Религиозный аспект не является панацеей, это скорее сильное лекарство, которое должно использоваться крайне разумно и в небольших дозах.

Россией предпринимается ряд попыток изменения имиджа, но их анализ позволяет сделать вывод, что религиозный фактор не учитывается в большинстве своем. Необходимо создание некоего плана развития имиджа страны, включающего все аспекты, в том числе и религиозный.

Основной рекомендацией, следовательно, является разделение мировой общечеловечности на целевые аудитории. Общий «массовый» имидж должен подразумевать светскость России. Здесь, возможно, отрицательно сказывается подчеркивание особой роли Православия в стране, ведь Русская Православная Церковь имеет немало дискуссионных вопросов с представителями других конфессий и религиозных групп. Образ Президента РФ, посещающего церковь, не должен выходить за пределы страны, да и в самой стране не следует злоупотреблять данным методом привлечения поддержки населения ввиду, скорее, негативной реакции людей на подобный PR-ход (даже если он таковым не является) в кризисный период (стоит также учесть, что посещение храма все же является частью частной жизни человека, в идеале). Основой должны быть именно светские принципы государства и гарантии свободы вероисповедания, правда, без отступления от принятого курса и отказа от исторических фактов.

К сожалению, образ России тесно связывается с такими понятиями, как КГБ, коммунизм и мафия. В такой ситуации именно подчеркивание культурной составляющей в России, как поликонфессиональной и полиэтничной страны, светские принципы устройства государства при гарантии соблюдения права человека на свободу совести и уважении всех религий могут сместить данные ассоциации с лидирующих позиций, хотя полностью исключить их представляется сейчас невозможным. Для достижения данных целей предпочтительным является использование тех коммуникативных каналов, которые задействованы уже сейчас. Публичная и официальная дипломатия являются основными элементами формирования образа страны.

Использование СМИ, которые уже имеются, их развитие и совершенствование применяемых ими методов способны принести немало пользы для России. Телеканал «Russia today», журналы «Russia profile» и «Russia!» – самые читаемые и тиражируемые для формирования имиджа – должны расширять представление о России и религиях, возможно, даже не ограничиваясь одним лишь Православием. Но в этой сфере не помешает и снизить уровень оптимистичности представления событий в России, который так свойственен российским СМИ. Объективное отражение происходящего необходимо для роста уровня доверия к ним. Использование же услуг зарубежной PR-компании необходимо в той степени, в которой внутренние государственные специалисты не могут справиться с поставленными задачами. К тому же, подобная компания обладает широчайшей сетью контактов и связей, а также высококвалифицированными специалистами, что значительно расширяет возможности по формированию имиджа страны. Необходимо добиться того баланса, когда сотрудничество государства и религиозных групп и организаций приносит пользу, не нарушает светские принципы Российской Федерации и выступая в защиту интересов страны, не противоречит религиозным принципам [2, с. 80–81].

Таким образом, на основании вышеизложенного можно утверждать, что основной задачей России в сфере улучшения имиджа в контексте влияния религиозного фактора является кооперация с религиозными объединениями и группами в целях

создания благоприятного образа в тех странах, где религия играет важную роль, при одновременном поддержании общего имиджа светского государства, где гарантируется свобода совести и вероисповедания. При этом стоит разделять целевые аудитории и формировать образы, основанные на различных аспектах религиозной жизни России. «В этих условиях необходимо четко определиться с тем, что может предложить Россия цивилизациям Запада и Востока» [1, с. 120]. И речь здесь должна идти не только и не столько об экономической составляющей взаимоотношений, а о духовной ее части. Создавая имидж, не стоит забывать и о том, что образ должен основываться на реальности, поэтому необходимо решение объективно существующих проблем, так как «главная задача заключается не в том, как сформировать привлекательный образ России, а в том, как сделать саму Россию привлекательной» [3, с. 84]. Что касается религиозного аспекта имиджа, то целесообразно создать взаимовыгодную схему взаимоотношений между властью и религиозными институтами.

Библиографический список

1. *Галумов, Э. А.* Имидж против имиджа / Э. А. Галумов. – М. : Известия, 2005. – С. 120.
2. *Зеленева, И. В.* Исследование роли регионального компонента в формировании внешней политики Российского государства / И. В. Зеленева, Н. Ю. Маркушина, О. Л. Церпицкая. – СПб., 2009. – С. 78–82.
3. *Коломенский, М.* К вопросу о формировании внешнеполитического имиджа современной России / М. Коломенский // Власть. – 2008. – № 3. – С. 84.
4. *Церпицкая, О. Л.* Взаимодействие Русской Православной церкви и Российского государства в мировом сообществе / О. Л. Церпицкая. – СПб. : Изд-во Петербург. ун-та, 2006. – С. 23–24.
5. *Kets de Vires* Russia: A Work in Progress Transcending the Fifth “Time of troubles” / Kets de Vires, K. Korotov, S. Shekshina // Organizational Dynamics. – 2008. – Vol. 37, № 3 – С. 218.

РОЛЬ СМИ В ПРОЦЕССЕ ДЕМОКРАТИЗАЦИИ РОССИЙСКОЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЭЛИТЫ

О.В. Дьякова
(Россия, г. Астрахань)

Работа посвящена анализу взаимодействия российских СМИ и политических элит. Ее автором проводится мысль о том, что дальнейший процесс демократизации невозможен без подлинно свободных СМИ и по-настоящему открытой политической элиты.

Ключевые слова: *СМИ, элита, демократия, гражданское общество.*

Work is dedicated to analysis of the interaction Russian mass media and political elites. Its author is conducted thought about that further process to democratizations impossible without really free mass media and on-persisting open political elite.

Keywords: *mass media, elite, democracy, civil society.*

Роль СМИ в современном обществе трудно переоценить. В условиях развивающегося постиндустриализма СМИ становится ведущим каналом социально-политических коммуникаций. СМИ не только доносят до общественности мнение политиков, но и распространяют мнение самой общественности о политиках. И от того, насколько они профессионально и объективно выполняют эту функцию (функцию диалога), зависит сам диалог между властью и обществом.

Анализ современного состояния российских СМИ подтверждает непреложный вывод о том, что процессы демократизации власти и СМИ проходят параллельно и определяют друг друга. Иными словами, по степени свободы и профессионализма СМИ можно судить о степени открытости и профессионализма политических элит и наоборот. В раз-