

О. Н. Астафьева¹**НАЦИОНАЛЬНАЯ КУЛЬТУРА И РЕГИОНАЛЬНЫЕ КУЛЬТУРЫ:
ФОРМИРОВАНИЕ ОБРАЗОВ И ТЕХНОЛОГИИ ИМИДЖЕЙ**

Становление образа культуры России как «своей» национальной культуры для всех субъектов РФ — длительный процесс, неразрывно связанный с формированием единого культурного пространства. В условиях глобализации на его укрепление направлена не только деятельность различных социальных институтов, но и воздействие культурологических и политических дискурсов, всего многообразия региональных практик позиционирования, отвечающих коммуникативной стратегии современной культурной политики.

Формируемый современный образ российской культуры направлен на преодоление оппозиции «своей» и «чужой» культуры, на достижение пространства диалога в русле общей нацеленности на интеграцию и поддержание целостности национальной культуры. Провозглашение и проведение в жизнь этой идеи привело к поиску оснований и механизмов принятия населением страны общей системы ценностей при сохранении возможностей для жителя каждого региона выражать свои этнокультурные особенности (язык, образ жизни и др.). *Сопричастность* же к процессу насыщения образа национальной культуры дополнительными характеристиками, весьма важными с точки зрения ее потенциала к саморазвитию, выступает сущностью общественной рефлексии и социокультурного проектирования, снижающими напряжение и кризисные проявления.

Национальными ценностями, концептуально закреплёнными в стратегиях культурной политики субъектов Российской Федерации, пронизываются культуроохранные и культуротворческие технологии развития региональных и локальных культур, позволяя удерживать уникальность их пространств как основы единого культурного пространства. Показательно, что население разных регионов страны, являясь носителем определенной ментальности и традиций, при всей «инаковости» культур благодаря действующим конвенциональным нормам и правилам не трансформирует образ национальной культуры, но предельно усложняет его, делая многогранным и неповторимым. Исходя из этого, проблема имиджа Рос-

сии как многонациональной страны приобретает все большую практическую актуальность в современном глобальном контексте.

Вопрос об имидже как многофакторном феномене, интерпретации которого расширяют смысловые границы заложенных в его ядре идей, не может быть рассмотрен только как теоретическая или технологическая задача, поскольку связан с формированием образа культуры, содержание которого не раскрывается без понимания множества семантических оттенков².

Становление образа любой региональной культуры как совокупности представлений памяти и воображения о традициях, о языке, образе жизни и эстетике быта, стиле поведения и манере общения, фольклоре, искусстве и произведениях художественного творчества происходит в сознании людей благодаря воображению и упорядочению разнообразной информации. В «образе» сливаются воедино все внешние и внутренние характеристики культурной среды, включенной в целостную структуру регионального культурно-природного ландшафта. Поэтому современные технологии формирования образа представляют собой процесс создания информации, усиливающей те или иные ассоциации и/или стереотипы, «направляя» оценки в положительную или отрицательную сторону, влияя на историческую, культурную, политическую составляющую дискурсов.

Когда речь идет об образе территории с точки зрения ее культурной составляющей, центральной проблемой становится признание культуры в качестве мощнейшего символического ресурса, как системы архетипов, образцов памяти, репрезентированных не только через стиль мышления и образцы поведения, но и через региональные особенности культуры, запечатленные в произведениях искусства, в той или иной степени проявляющиеся в местном архитектурном ландшафте и пр. И если этот подход возобладает, то взаимодействие между «своей» и «чужой» культурой не будет выступать «зоной рисков».

«Образ» — это междисциплинарный термин, поскольку речь идет и о пространственно-локальных характеристиках (географических в том числе), и о временной динамике, характерной для социальных отношений, и о значимых для носителей этого образа характеристиках духовной культуры, а также о лингвистических особенностях, внешних маркерах, проявляющихся в одежде и манере поведения. Более всего на образ воздействуют исторические факты и события, запечатленные в разных источниках. Со временем они подвергаются интерпретации или могут намеренно использоваться избирательно, особенно с целью привлечения внимания к тем или иным сюжетам, которым отдает предпочтение интерпретатор (власть, социальные группы, отдельные лица), к подбору визуального ряда, к культурному наследию, открывающемуся

¹ Заместитель заведующего кафедрой ЮНЕСКО, директор научно-образовательного центра «Гражданское общество и социальные коммуникации» Международного института государственной службы и управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, доктор философских наук, профессор, почетный работник высшего профессионального образования РФ. Автор более 250 научных работ, в т. ч. книг: «Культурная политика как теоретическое понятие и управленческая деятельность», «Культурология. Теория культуры» (в соавт.), «Синергетический подход к исследованию социокультурных процессов: возможности и пределы», «Социокультурное развитие российских регионов: механизмы самоорганизации и региональная политика» (2-е изд., в соавт.), «Право и культура» (в соавт.) и др. Член Совета по государственной культурной политике при Председателе Совета Федерации Федерального собрания РФ, член экспертных советов (ВАК Минобрнауки и науки РФ, РГНФ и РНФ), член Союза композиторов России, Российского философского общества, председатель Московского филиала Научно-образовательного культурологического общества и др. Награждена медалью «В память 850-летия Москвы».

² См.: Лосев А. Ф. Проблема символа и реалистическое искусство. М., 1976. С. 153.

туристическим потокам. В том или ином случае можно усилить или изменить сложившийся образ.

В случаях, когда технологии распространения образа приобретают механистический характер, от образа остаются «дискурсы имиджа» — определенная информация как стимулятор активности общественного сознания, реагирующего на маркетинговые стратегии или на распространение стереотипов, не исключая запуска механизмов негативных ассоциаций. В этих условиях коммуникационные и информационные процессы становятся важными факторами формирования символической среды. Конструирование имиджа связывается с укреплением социокультурного дискурса, когда образ разворачивается во времени, усиливая его восприятие и переживание многими субъектами, поскольку это сложнейшее интегративное образование, включающее, помимо рационального и символического начала, семантические и эмоционально-психологические характеристики.

Одной из сложных для теоретического осмысления остается проблема взаимозависимости между полнотой образа культуры, репрезентирующей фундаментальные смыслы человеческой жизнедеятельности (Л. С. Выготский) и наполняющей ими культурные схемы, призванные «интерпретировать текст и управлять поведением в широком поле областей»¹. Установлено: чем беднее создаваемый образ региональной культуры, тем острее стоит вопрос об общем уровне культуры, о состоянии коллективной идентичности, характеристиках социальной среды.

Таким образом, вопросы об образе культуры и культурных моделях, базирующихся на нем, — это вопросы о поиске значений «скоординируемой схематизации», которые были бы представлены всем социальным группам и разделялись бы субъектами культурной политики как соответствующие современному уровню цивилизационного развития. Нет никакого смысла выстраивать ошибочные выводы, однако следует признать, что соответствующее принципам демократии интерактивное смысловое пространство культуры определяется *некой общей когнитивной ориентацией*, проектируемой инструментами государственной культурной политики, которая и воплощается в разных формах в культурных моделях. Согласование конвенциональных моделей и их вариаций является необходимым условием для продолжения регенерации интересующих значимых систем из практики².

Репрезентации в дискурсах культурной политики не только являются выражением (с помощью языковых средств и механизмов) *образа социокультурной реальности*. Ими предопределяется содержание, целенаправленно формируемое в сознании людей (адресатов) определенным комбинированием знаково-символических форм. Речь идет о моделировании через дискурс конкретного образа реальности, когда репрезентации выполняют конструирующую функцию в дискурсах разных субъектов культурной политики. Дискурсы порождают семантические пространства со своей иерархией ценностей и смыслов, тем самым запуская ме-

ханизм процедуры категоризации, упорядочивающий соотношение ценностей и целей, закрепляя коллективную идентичность, в целом — оказывая влияние на распределение ресурсов.

Исходя из этого, в теории и практике управления актуализируется вопрос о функциях государства как субъекта культурной политики, располагающего развернутой *системой коммуникаций* и обеспечивающего как возможности для индивидуального смыслотворчества, так и условия для воспроизводства опыта членами сообщества³. В свою очередь общий образ культуры (как результат конвенциональных репрезентаций) способен стимулировать персональные мотивации для творческой самореализации в культуре.

Этот сплав коллективного и индивидуального действия и осмысления, встраиваемый посредством упорядочения в определенных когнитивных моделях в систему ценностно-смысловых оснований культурной политики, позволяет оформить концепцию регионального имиджа, которая может быть дополнена брендами из разных сфер деятельности. Концептуальная категоризация совершает перевод эмпирических и перцептивных данных на логико-понятийный уровень, синтезируя образ культуры и имидж региона. Такой коммуникативный подход является востребованным и результативным в ситуации множественности культур и социокультурного разнообразия, открытости к интеграции в глобализирующемся мире. Он позволяет актерам культурной политики на разных уровнях предлагать концептуальные константы и ценностные ориентиры, позиционировать обществу культурные эталоны, формировать предпочтения и пространства для творческой самореализации. На управленческом уровне — конструировать структурно-функциональные схемы их реализации и перспективные сценарии, прагматичные «дорожные карты», инициировать проявление вариативности в стратегиях социокультурного развития. Создание нового имиджа региона, включающего элементы или значительную часть символического спектра культуры и вписывающегося в сложившиеся представления о региональной специфике, обеспечивает целостность социокультурного пространства, узнаваемость, устойчивость коллективной идентичности в регионе, аккумулирует позитивные эффекты социокультурного развития.

В контексте вопроса о ценностях, определяющих ориентиры региональных культурных политик, вполне очевидно, что для России как страны, где проживает множество разных народов, базовыми принципами по отношению к культуре выступают сохранение культурного разнообразия и поддержка межкультурного диалога в условиях глобализации, снимающие крайние проявления социальной неустойчивости и нестабильности на территории РФ. Этот динамичный процесс находится в сложной зависимости от состояния и уровня культуры в обществах как показателя умения соизмерять свои потребности с природными и иными ресурсными возможностями. Исходя из этого, актуализируется сложнейшая задача осмысления особенностей

¹ Режабек Е. Я., Филатова А. А. Когнитивная культурология. СПб. : Алетей, 2010. С. 49.

² Там же.

³ Режабек Е. Я., Филатова А. А. Указ. соч. С. 149.

социокультурной динамики в контексте происходящих сверхбыстрых изменений, а также вопросы их институционального регулирования. Однако, как следует из анализа теоретических источников, научное сообщество озабочено раздробленностью подходов к ее решению, слабостью междисциплинарного видения проблем, очевидной сменой акцентов с понимания культуры как смыслополагающей сферы жизнедеятельности человека и ценностной системы, имеющей императив-

ную силу социальной нормы, на трактовку культуры как исключительно ресурса социально-экономического развития.

Обозначенный круг проблем намечает дальнейшие направления теоретических и прикладных культурологических исследований, актуализируя вопросы взаимозависимости и взаимодействия национальной культуры и региональных культур на новом этапе социокультурного развития страны.