

О. А. Жукова¹

«СВОИ» И «ЧУЖИЕ» В ТРАНСКУЛЬТУРНОМ ДИАЛОГЕ: ГУМАНИТАРНАЯ МИССИЯ МЕДИА

Подавляющее большинство приезжающих в Россию иностранцев — туристов, участников культурных и спортивных событий, профессионалов, претендующих на высокооплачиваемые рабочие места в различных отраслях экономики, — продолжают оставаться в плену стереотипов восприятия нашей страны. Собираемый образ постсоветских «русских» по-прежнему формируется в парадигме незнания и предубеждения, явно или неявно содержа в себе негативную для «цивилизованного мира» коннотацию «чужих». И если для интеллектуалов всего мира Россия прежде всего — страна Достоевского и Чайковского, русской иконы и балета, то в массе своей потенциальный гость страны черпает сведения об исторической и современной России из СМИ, телевизионных и кинематографических историй, зачастую создающих весьма определенную, политически ангажированную и, увы, недружелюбную «картину» жизни российского социума. И даже положительный образ России, создаваемый выдающимися представителями в первую очередь му-

зыкально-театральной и кинематографической культуры, крайне важен, но далеко не исчерпывает собой содержание российской современности — многообразия и позитивного смысла социально-культурных процессов, происходящих в ней.

В качестве примера приведу замечание Эктора Бабенко, выдающегося бразильского кинорежиссера, сценариста и продюсера, бывшего президентом XXXIV Московского международного кинофестиваля. Выступая на конференции в Российском институте культурологии в июне 2012 года, он справедливо отметил, что бразильцы практически ничего не знают об актуальной российской культуре. Русские культурные образцы, которые «экспортируются» за рубеж, представлены репертуаром Большого театра и некоторыми творческими коллективами и солистами, исполняющими классическую музыку. Опыт чтения русской литературы также достаточно скромный, ограничивающийся избранным наследием великой русской классики и частично Серебряного века. При этом один из самых эффективных каналов современной коммуникации — медийный — никак не способствует созданию образов другой культуры в культурно-информационном пространстве своей страны. Возразить режиссеру просто нечего. Разве что наш ответ будет заключаться в упоминании бразильского карнавала и знаменитых «мыльных опер» — телесериалов, имевших большой успех в 1990-х годах до того момента, когда отечественные компании перехватили

¹ Профессор философского факультета НИУ «Высшая школа экономики», доктор философских наук, кандидат культурологии. Автор более 180 публикаций, в т. ч. монографий и учебных пособий: «На пути к русской Европе. Интеллектуалы в борьбе за свободу и культуру в России», «Курс лекций по философии и истории русской культуры», «Свобода и вера. Христианский либерализм в российской политической культуре» (в соавт.), «Лекции по истории русской культуры», «Метафизика творчества. Искусство и религия в истории культуры России», «Русская культура: онтология Слова и Образа», «Актуальность традиции: художественное творчество в истории русской культуры» и др.

лидерство в этом жанре и наполнили телевизионный контент собственной продукцией.

Справедливо возникает вопрос: как в процессе транскультурного диалога может быть самонастроен и использован важнейший для информационного общества инструмент межкультурной коммуникации — медийный? Каким образом он будет способствовать созданию адекватного образа человека другой культуры, которая с психологической точки зрения устойчиво воспринимается индивидом как «не своя» — то есть «чужая»? Если же мы станем рассматривать политического субъекта как коллективную личность, то проблема будет заключаться в выборе модели поведения и тех ценностей, которые определяют принцип международных отношений России и других стран. Учитывая ситуацию перехода обществ и экономик в информационную стадию развития, попытаемся ответить на вопрос: способна ли Россия как исторический субъект вписаться в проект глобального мира, освоить технологии информационного универсализма и стать лидером *новой философии развития*, отличной от действующей сегодня практики *противостояния «своих» и «чужих»*? Особую роль в этом процессе, как представляется, могут взять на себя современные *медиа* — телевизионные коммуникации и интернет-сети. Ведь функция инновационно-креативной доминанты, соответствующей экономике знаний, все чаще отводится им, и современные медиа все активнее выполняют роль медиатора между субъектами истории (странами, государствами, культурами, религиями, социокультурными институтами, корпорациями, индивидами).

Данная тенденция получает осмысление в современной научной литературе. Общий вывод исследователей — значение СМК как инструмента социализации постоянно возрастает. В связи со вступлением обществ в новую информационную стадию развития цивилизации массовые коммуникации выступают не только способом взаимодействия индивида и общества в многообразии его культурных форм и практик, но и важнейшим средством формирования *образцов социальной реальности*. Эти имиджевые образцы становятся мощными «игроками» как внутренней, так и внешней политики. Во многом именно через них осуществляется опознание «своего» и «чужого» в ситуации конкуренции социально-экономических и культурно-политических моделей жизни человека и общества, выстраивается иерархия целей и ценностей.

Современная Россия находится в острой фазе борьбы за свой исторический проект, пытаясь сформулировать и предъявить привлекательные образцы социальной реальности, способные конкурировать с западными образцами, выступающими критерием «цивилизованности». Однако политическая реальность такова, что в ситуации встречи с другими субъектами культуры и международных отношений часто как с одной, так и с другой стороны срабатывает логика разграничения «я» и «не-я» в духе коллективной идентичности «мы» и «они». Именно здесь возникает первичный комплекс переживания и опознавания «своих» и «чужих», в то время как возможность политического и межличностного диалога определяет иной тип отношения к контр-

агентам по принципу «свои–другие». В этой внутренней готовности к диалогу *чужой* становится потенциально *другим*, что снимает момент настороженности, агрессии и недоверия. Данную логику самопрезентации страны как *другой, но не чужой* пытается реализовать в своей политической практике Россия, примером чего является Олимпиада в Сочи, призванная создать позитивный образ новой России, готовой к общению, сотрудничеству и партнерству.

Необходимо отметить, что в этом процессе Россия пытается найти себе союзников, решающих сходные исторические, экономические и политико-культурные задачи. Она идет на сближение со странами, которые так же, как и Россия, находятся в ситуации «догоняющей модернизации» и которые, как и Россия, пытаются репрезентировать себя через национально-культурный образ — *не потерять свою идентичность и быть при этом открытыми миру*. Одним из ответов на вызовы современности стала новая геополитическая связка Бразилии, России, Индии, Китая и, чуть позже, Южной Африки — стран, соревнующихся с локомотивами современности (США, Японией, Евросоюзом) и заявляющих свои претензии на лидерство.

Эти идеи и цели были отражены в ряде документов. Особо выделим «Совместное заявление глав государств и правительств стран — участниц I саммита БРИК», принятое в Екатеринбурге 16 июня 2009 года, и «Совместное заявление глав государств и правительств стран — участниц II саммита БРИК», принятое в Бразилии 15 апреля 2010 года¹. Настоящие документы подтверждают намерения клуба БРИКС повлиять на существующую систему международных отношений. Одна из главных целей этого экономико-политического проекта — переход от однополярной гегемонии лидеров современности к многополярному миру. Историческим результатом данного процесса может стать постепенное изменение негативной изоляционистской аутсайдерской коннотации «свои–чужие» на позитивную формулу диалога «свои–другие», отвечающую логике партнерства, взаимовыгодного сотрудничества и культурного обмена.

Острота текущего исторического момента подчеркивается тем обстоятельством, что уклад и границы национальных и этнических культур размыкаются под воздействием универсализирующих социальные практики технологий. Процессы социализации и культурной самоидентификации человека и общества значительно усложняются. Все это создает предпосылки нового типа взаимодействий между субъектами истории — странами, включенными в систему международных политических отношений и мирового хозяйства. Это хорошо видно на истории формирования клуба БРИКС, первоначально детерминированного экономическими интересами, а затем обратившего внимание на выражение национально-культурной составляющей. Культурно-цивилизационные отличия стран — участниц БРИКС рассматриваются здесь как неотчуждаемые основания политической субъектности в международных отношениях. Однако они значительно

¹ БРИК: предпосылки сближения и перспективы взаимодействия : сб. докл. конф. М. : ИЛА РАН, 2010. Прил.

трансформируются и видоизменяются в условиях глобализирующегося мира с его обменом интеллектуальными ресурсами и технологиями, свободой передвижения товаров и капитала.

Процессы глобализации способствуют интенсификации многообразных форм межкультурной коммуникации. Складывающийся на наших глазах тип информационной культуры задает новый формат межкультурных взаимодействий, что заставляет учитывать и реально *оценивать роль и масштаб влияния медийных коммуникаций* в системе межгосударственных отношений, в частности при создании позитивных или негативных образов стран и их представителей, носителей культуры. Во многом именно от образа, сформированного медийными средствами, будет зависеть восприятие *другого* как потенциально «своего» или «чужого» в ситуации встречи.

В этом контексте современные медиа могут выступить инструментом диалога, повышающим эффективность межкультурных и межличностных коммуникаций. Позитивный культурный эффект медиа в этом случае будет связан с идеей разнообразия, диалога и развития, что позволит повысить уровень доверия в системе международных отношений.

Носителями и выразителями этой новой этики диалога, организуемого по медийным каналам, вполне могут стать упомянутые страны БРИКС, чьи культуры имеют длительную историю существования и до настоящего времени несут на себе печать воздействия религиозных традиций с ярко выраженной моральной детерминацией. Сохранять свою идентичность пытается Бразилия, культура которой представляет собой результат экспансии католической Европы. В России, где государственно- и культурообразующую роль взяло на себя православие, за последние два десятилетия роль церкви в жизни общества значительно возросла. Индия продолжает оставаться заповедником древних духовных практик. Коммунистический Китай продолжает ориентироваться на социально-этическое учение Конфуция. Южная Африка в культурно-политическом и государственном смысле является продуктом цивилизаторских усилий все тех же христианских миссионеров. Одним словом, все эти геополитические гиганты имеют культурно-исторический фундамент, ярко выраженную национально-культурную специфику, на основе которой создаются почвенные представления о «своем» и «чужом».

Вопрос заключается в том, насколько формула «свои–чужие» в ситуации встречи с другими субъектами политико-культурных отношений способна к «переконмутации» в диалоговую формулу «свои–другие»? В связи с этим можно отметить позитивную гуманитарную тенденцию, которая начинает проявлять себя в России. Идеи повышения эффективности межкультурных коммуникаций на основе диалоговой практики культурного взаимодействия становятся определяющими векторами развития в российской политике. Примером являются усилия России в международном олимпийском движении, в рамках которого создается ее новый образ, в том числе и медийными средствами. Сходные задачи решают и экономические форумы в Санкт-Петербурге, Мос-

кве, Иркутске, Красноярске, Перми, саммиты АТЭС, ШОС, ЕврАзЭС. Можно также привести пример Международного форума «Диалог цивилизаций», который за несколько лет превратился в крупнейшую площадку народной дипломатии, развивая принципы новой этики диалога культур и цивилизаций. Значимой гуманитарной площадкой стали и Международные Лихачевские чтения. Интеллектуальным заданием для участников этих форумов являются не только экономические проблемы, но и гуманитарная проблематика диалога между цивилизациями, образования для всех, биоэтики, общества знания, культурного разнообразия, этики окружающей среды, борьбы с нищетой, устойчивого развития. В повестку дня входят также темы сохранения национальной специфики в условиях универсальной цивилизации, инновации в области науки и образования, актуализации религиозных традиций в жизни современного человека и др.¹

Определенно можно сказать, что стратегия диалога для стран, желающих сформировать позитивный имидж на международной арене, наиболее продуктивна. Диалог выступает и как способ создания условий взаимопонимания, социальной адаптации и аккультурации человека, этнических и культурных сообществ, и как средство сохранения культурной идентичности, и как способ передачи социально-культурного опыта, и как модель сосуществования многообразных культурных традиций. В условиях информационного общества диалоговая стратегия в сфере межкультурной коммуникации во многом будет осуществляться *инструментарием современных медиа*, проявляя себя на различных уровнях. Другими словами, телевидение и иные средства массовой коммуникации с точки зрения содержания должны стать трансляторами ценностей, обеспечивающих продуктивное развитие культурно-политических наций.

Предлагаемая концепция медиа и телевидения как транскультурного медиатора в пространстве международной политики представляет собой не что иное, как культурно-политический вариант решения проблемы *эффективности социальных взаимодействий*. Роль межкультурной коммуникации в информационном обществе неизмеримо возрастает. Выстраивать инфраструктуру диалога культур и цивилизаций необходимо как на межличностном уровне, чему в немалой степени сегодня способствует сетевая структура организации информационной «глобальной деревни», так и на межгосударственном уровне — средствами культурной дипломатии. С периферии дипломатических интересов и процедур культурный диалог должен переместиться в центр и стать основой политической стратегии стран — участниц открытого мира. Межкультурные взаимодействия, выстраивающиеся как заинтересованный диалог, готовят гуманитарную почву для межгосударственных отношений. Без создания положительного образа «другого» участники большой политической игры обречены на конфронтацию, деление на «своих» и «чужих», неизбежно превращающих конкурентов в конфликтующих соперников. С этой точки зрения имидж

¹ БРИК как новая форма многосторонней дипломатии // Международная жизнь. 2010. 31 мая.

России, ее самопрезентация в мире во многом будут зависеть от способности трансформировать представления о «чужом» в своем собственном сознании. Создаваемые для этого государством медийные инструменты, как, например, недавно возникшее агентство «Россия сегодня», должны использоваться не как пропагандистский инструмент, а как канал трансляции смыслов современной России вовне. При этом диалоговая стратегия международной дипломатии будет в первую очередь отражать культуру диалога внутри самой нации.

Логично предположить, что один из самых мощных инструментов информационного общества — современные медиа, развивающие систему телевидения и Интернет, — должны соответствовать декларируемым целям новой культурной политики России на уровне содержания и технологий, коммуникативных стратегий, инфраструктуры и модели управления. В этом случае цель образовательно-просветительского контента современных медиа — создание позитивных образов *не только своей страны, но и сотрудничающих контрагентов*. К области задач можно отнести создание условий для понимания основополагающего культурного единства человечества, демонстрацию окружающим богатства национальных культур этих стран, насчитывающих тысячелетние истории, обретение базового знания о проблемах интернационального сотрудничества и путях его разрешения.

С нашей точки зрения, в этом процессе необходимо выделить и сделать предметом философско-культурологического и социально-политического анализа формирующееся публичное пространство в России, в организации которого ведущая роль сегодня принадлежит телевидению и Интернету. Нас интересуют не только творческие возможности современных медиа, их информационный профиль и социальная «механика», но и «медийный» потенциал, то есть способность выстраивать срединное пространство культуры для взаимодействия политики, экономики, науки, религии, философии, искусства. Важно оценить существующую практику социокультурного применения СМИ — их роль в социально-политической, экономической и духовно-культурной сферах жизни активно обновляющихся обществ.

В контексте межкультурных взаимодействий и формирования позитивных образов стран — участниц международных отношений своеобразная миссия медиа как мощного культурного инструмента и самостоятельного института общественного развития заключается в достижении определенных социальных и политических эффектов. Инновационный потенциал медиа, в том числе телевизионных, будет реализован в том случае, если оно станет медиатором — посредником в общественном диалоге. Задача медиа — не «промывать мозги», а *оптимизировать творческие ресурсы наций* при решении внутриполитических и геополитических проблем. Тем самым современные медиа будут способствовать формированию общего культурного пространства европейских и неевропейских стран, утверждать ценности духовной, интеллектуальной и политической свободы, создавать атмосферу понимания между участниками политического диалога *в условиях*

открытого общества. В этом случае мы сможем говорить об эффективности социальных взаимодействий в сфере публичной политики и культурного строительства посредством медиа, о новых культурных прорывах, конституирующих социальную реальность современности.

Собственно в этом и заключается современное культурологическое мышление, которое центрирует политическое пространство вокруг ценностей личности, культуры и общества. В любом случае исторический результат развития современного общества не предрешен, а значит, и не исключены возможности развития стратегии эффективности социальных взаимодействий в качестве гуманитарного стержня современных медиа и телевидения.

Конечно, мы должны признать, что образовательной и культурно-просветительской ролью современные СМИ давно не довольствуются. Они активные интерпретаторы событий, взаимодействующие с социальными институтами и влияющие на их внутренний порядок и статусные позиции. Информационная политика медиа в эпоху острой конкуренции культурных образцов и стилей жизни, борьбы за первичные ресурсы, перекройки политической карты мира, социальных революций изменилась и начала определяться новым типом целеполагания. Отчетливо прослеживается тот факт, что целью СМИ стало направленное воздействие на оценки, мнения и поведение людей, групп и институтов в горизонте предполагаемой политической и экономической выгоды в пользу клиента-заказчика, которым может выступать государство, различные статусные элиты или отдельные игроки на конкурентном поле. Телевидение в данном процессе оказалось едва ли не самым эффективным средством воздействия на общественное мнение, более похожим на откровенную манипуляцию. Правящие элиты мира в этом смысле не имеют «национальных противоречий» — они охотно используют СМИ, монополю владения информационными инструментами. Телевидение стало признаком «общества регулируемой информации», которому в последнее время принято противопоставлять «общество свободного распространения информации — интернет-общество»¹.

Однако и в современной культуре с ее жесткой борьбой интересов элит все же остается гуманитарно-гуманистический канал трансляции духовно-культурных ценностей на уровне и системы образования, и персональной творческой стратегии жизни, и государственной культурной политики СМИ. Именно на этом поприще современные медиа могут проявить свою культуротворческую миссию, *трансформируя образы «чужих» в образы «других»*, отличных от «своих», но не менее интересных и способных к продуктивным взаимодействиям. В этом случае медийные межкультурные коммуникации в рамках международного сотрудничества создадут мощные предпосылки для синтезирования духовных традиций культур на основе новой философии взаимоуважения и сотрудничества, исключающей конфликт «своих» и «чужих».

¹ Эйдман И. В. Прорыв в будущее: Социология интернет-революции. М., 2007. С. 336.