**Электронные СМИ и формирование позитивного образа России на постсоветском пространстве**

Ревский А.Д.

Что такое имидж? Имидж – это сложившийся во внешней среде образ, основанный преимущественно на специфических и позитивных особенностях объекта. Так вот, по мнению многих российских экспертов, 2006 год для России стал, с точки зрения продвижения ее позитивного имиджа в мире, крайне неудачным.

Год начался с газового противостояния с Украиной, закончился газовым конфликтом с Белоруссией – двумя странами, в которых проживает наибольшее количество этнических русских (по сравнению с остальными республиками бывшего СССР), а также людей, действительно считающих Россию "братским" государством. Между этими двумя реальными и виртуальными войнами, державшими в напряжении все новогодние праздники не только население России, Украины и Белоруссии, но и европейских стран, также оказавшихся невольными жертвами обстоятельств (по формуле лес рубят – щепки летят), была эпопея с молдавским вином и грузинским "боржоми", захватом наших офицеров и ответной борьбой с грузинской мафией в России. При этом проводилась планомерная и целенаправленная кампания по формированию образа мнимого врага, желающего поживиться за наш счет. СМИ удавалось держать зрителей в постоянном напряжении, мы следили за новостями, как за сериалом и искренне желали и радовались победам, которые якобы одерживали.

Чем все закончилось? После конфликта с Украиной мы узнали о создании компании РосУкрэнерго, в ценовых лабиринтах которой боятся заблудиться даже некоторые ведущие аналитики. Цены в 230 долларов, из-за которой и разгорелся весь сыр-бор мы все равно не увидели, но нам сказали, что все хорошо и правильно.

Мы очень негодовали, когда нам сказали, чем нас пытались поить грузины и молдаване. Мы плевали в телевизор, завидев рекламу "боржоми", мы гордились своим Минздравом, который заботится о здоровье своего народа, мы злорадствовали, когда видели людей в масках, оцепивших казино, владельцами которых были грузины, и в которых, как нам рассказывали, отмывались "грязные" деньги. Но вот все затихло. И уже президент говорит о необходимости возвращения ранее отозванного посла в страну, с которой у России на протяжении столетий были не просто особые отношения, а отношения добрососедства и дружбы.

А как мы сетовали, когда нам рассказывали что белорусы, оказывается, тоже используют нас с целью получения дешевой нефти и газа? Поэтому основная масса народонаселения нашей страны с оптимизмом приветствовали переход к рыночным отношениям и радовались "поражению" Лукашенко. После этого мы узнали, что "еще в течение продолжительного периода будем оказывать значительную финансовую помощь Белоруссии, чтобы мягко и по-союзнически перейти на рыночные отношения с братским народом". После каждой такой "новостной" кампании у большинства создавалось отчетливое впечатление, что их протестную энергию просто использовали в своих интересах, и в целом все не так, как нам это демонстрировали.

Все это очень походило на кампании сталинских времен, когда то и дело раскрывались антисоветские заговоры (начиная с чисток в военном ведомстве, заканчивая дело врачей), мы всей страной ненавидели предателей Родины и желали их наказания, и лишь через какое-то время люди узнавали, что большая часть дел была сфабрикована высшим руководящим аппаратом с целью достижения совершенно определенных политических или материальных целей. Не стоит, я думаю, напоминать, какой вред принесли СССР такие кампании.

Чего же Россия (а скорее ее политическая и экономическая элита) добилась?

Разберем последний конфликт с Белоруссией. По словам директора минского Центра по проблемам европейской интеграции Юрия Шевцова, "в России недооценивают, как "нефтегазовая" война была воспринята в Белоруссии. Возникли большие сомнения в возможности союза с Россией, а также в надежности России как союзника". И это в Белоруссии, стране, с которой мы пытаемся создать полноценный интеграционный союз. Что же можно говорить о странах, не имеющих столь много общего с нами?

Стоили ли такие имиджевые потери миллиарда долларов, который Россия выиграла в результате этого конфликта? На мой взгляд, для страны с имперской историей и имперскими амбициями это крайне неудачный ход. И для аргументации подобных действий нельзя оперировать понятием "рынок", так как помимо экономики существует еще и политика, ради которой иногда приходится жертвовать сиюминутными экономическими выгодами. К сожалению, этого часто не хотят понимать наши элиты.

Так, в том же Белорусском конфликте, по словам некоторых известных политологов, явно просматривалось желание повышение капитализации Газпрома. То, что после подобной "войны" Белоруссия начнет активно искать поддержки на Западе, а Запад охотно этим воспользуется для создания еще одного недружелюбного государства на границе с Россией, видимо, если кто и задумывался, то поступал при этом по известной формуле – "После нас хоть потоп".

Несмотря на заявления отдельных госчиновников об имиджевом восстановлении России, точка зрения экспертов по этому вопросу гораздо менее оптимистична.

Роль СМИ во всем этом довольно проста: именно через них формируется общественное восприятие страны, они играют определяющую роль в формировании ее образов, выгодно подавая ее или наоборот, навязывая отрицательный, негативный имидж. Создавая информационную повестку дня, СМИ концентрируют внимание аудитории на тех или иных проблемах, отвлекая от других, порой, более важных и острых.

Одним из принципиальных отличий электронных СМИ от остальных является то, что срок их "действия" несравнимо дольше. Статья, однажды опубликованная в интернете, будет регулярно попадаться на глаза читателю при том или ином запросе, тем самым, она не выпадает из информационного пространства, как, например, статья, опубликованная в журнале.

После растиражированного и обостренного СМИ "винного" конфликта с Грузией и Молдовой и газовых "войн" с Белоруссией и Украиной было высказано мнение, что подобная жесткая позиция может привести к формированию у молодежи в странах-участницах конфликтов четкого образа России как страны враждебной и агрессивной. В отличие от представителей старшего поколения, перенесшего во многом на Россию образ величия Советского союза, образ "старшего брата" и воспоминания о былом единстве, молодежь постсоветских стран выросла, зачастую, в обстановке националистического накала и борьбы за самоопределение, и поэтому воспринимает Россию в основном по ее нынешней политике в отношении этих стран. А что можно подумать, когда в сотый раз прочитаешь о запрете торговли основными товарами, производимыми твоей страной, депортации людей, дискриминации детей в школах, избиении на улицах?

Тема национализма вообще заслуживает отдельного внимания. В командировках при общении с представителями бывших республик мне нередко приходилось долго убеждать их, что люди другой национальности могут спокойно передвигаться по улицам Москвы, а не будут тут же растерзаны оголтелыми фашистами. В приобретении подобного крайне негативного имиджа мы обязаны СМИ, причем своим же. В происшествиях с иностранцами в какой-то момент стало очень выгодно видеть преступления на расовой почве. Такие материалы пользовались успехом. Нельзя отрицать существование этой проблемы, но и нельзя все ровнять под одну гребенку. Ведь не всякий будет задумываться о том, сколько русских погибает каждый день на улицах той же столицы. Кому и для чего может быть выгодно, чтобы Россию начали воспринимать, как страну, нетерпимую к иностранцам? Вопрос сложный, но то, что люди из других стран стали опасаться приезжать в Россию – факт неоспоримый.

Во всем этом отчетливо просматривается следующий факт: многие медийные структуры работают по заказу определенных лиц, реализуя и продвигая текущие проекты, выгодные своим заказчикам. Ошибка или упущение государства в данном случае в том, что не предпринималось и не предпринимается никаких активных действий по, во-первых, аргументированию и сглаживанию подобного рода информации, а во-вторых, по реабилитации имиджа России в глазах иностранцев. Нет или, по крайней мере, не видно глобальной информационной стратегии государства по формированию своего имиджа. Мы до сих пор не очень понимаем, как нам себя позиционировать: как страну-покровителя, страну-империю с соответствующими интересами, страну, отказавшуюся от роли активного игрока на постсоветской арене и занимающуюся лишь своими внутренними проблемами? Вследствие такой размытой позиции и нечеткости выражения своих намерений, государство не может дать достойный отпор тому потоку негативной информации, который на нас обрушился с Запада. Телеканал "Russia Today", создававшийся для реабилитации образа России после дела Михаила Ходорковского с данной задачей явно не справляется.

Особенно яростно заработала западная пропагандистская машина после убийства А.Политковской, смерти А.Литвиненко и газовых противостояний. Эти события стали тем горючим материалом, на основе которого из России продолжили формирование образа диктаторского государства, шантажирующего всех своими энергоресурсами и устраняющего силовыми методами своих мнимых противников. Со стороны России не было видно активных попыток развенчать этот образ. А молчание часто истолковывается как знак согласия.

Стоит сказать, что пока хотя бы в отношениях с государствами Центральной Азии не наблюдалось столь громких и неприятных кампаний, как в случаях с остальными постсоветскими государствами, но и там не могут не делать выводов, внимательно следя за занимаемой Россией позицией в отношениях с теми же Украиной и Белоруссией.

При этом необходимо отметить явно недостаточное количество информации об успехах в отношениях с теми же странами Центральной Азии. Спросите прохожих на улицах, что они знают о политике России в Центральной Азии? Немногие найдутся, что ответить. А эта информация служила бы созданию и развитию позитивного образа России.

В 2006 году мы чуть больше слышали про Казахстан, и то всего лишь благодаря нескольким визитам туда В.Путина. А действительно ли многие знают про проведение года Казахстана в России в 2003 г. и России в Казахстане в 2004 г.? При этом мало кто сейчас знает, например, как развиваются отношения с тем же Узбекистаном, который в 2005 году подписал союзническое соглашение с Россией и вышел из антироссийского блока ГУАМ. Мало кто знает про дни культуры Узбекистана в 2006 г. Мало кто знает о развитии отношений с Таджикистаном и Кыргызстаном. И это лишь малая часть всех мероприятий, которые могли бы способствовать налаживанию более тесных отношений между государствами и формированию позитивного образа России в этих странах. Такая информация может появляться на сайтах аналитических агентств, но ее нет в широком доступе, что тоже относится к явным просчетам государства.

Здесь же необходимо сказать об отсутствии детально разработанной и финансируемой на государственном уровне программы поддержки и развития контактов между учебными и научными заведениями сопредельных стран. Такие контакты происходят в основном на уровне личной инициативы ректоров высших учебных заведений. А ведь именно научные кадры, культурный, языковой обмен, налаживание, продвижение, поддержка и освещение подобной деятельности являлись бы одним из лучших средств по созданию позитивного и притягательно имиджа России на мировой арене.

Таким образом, подводя итоги, можно выделить несколько причин, отрицательно влияющих на создание позитивного имиджа России за рубежом:

Отсутствие четкой и ясной информационной стратегии и схемы позиционирования России

Недальновидный прагматизм и экономизм элит, зачастую ставящих свои личные интересы на первое место

Отсутствие программ и финансирования по развитию культурных и научных контактов и их широкому освещению

Неспособность существующих "имиджевых" структур пока коренным образом повлиять на формирование позитивного имиджа России