

Цивилизационное позиционирование в эпоху глобализации



Николай ЛЕВЧУК,
научный сотрудник
НИИ Вооруженных Сил
Республики Беларусь

1025-летие Крещения Руси, которое в прошлом году было отмечено торжествами, стало символом единения славянских народов. Ретроспективный взгляд в историю позволяет увидеть цивилизационные истоки мощного пассионарного импульса, обеспечившего, благодаря приходу христианства на русские земли, эффективное государственное строительство. Его участниками были не только славяне, но и объединенные ими в одну семью другие народы различных вероисповеданий, которые под сенью православной цивилизации нашли мир и благоденствие.

Минск стал конечной точкой путешествия по трем государствам – России, Украине и Беларуси – фрагментов креста, на котором, по преданию, был распят святой апостол Андрей Первозванный. Когда он в первохристианские времена пришел в Скифию с евангельской проповедью, то, будучи на Киевских холмах, предсказал возникновение города Киева – «яко на сих горах возсияет благодать Божия, имать град великий быти». Апостол благословил те места и как бы обозначил новозаветную точку отсчета формирования феномена, который сегодня принято называть русской (или православной) цивилизацией. К святыне в бело-русской столице приложились около полумиллиона человек! Именно в наш город на празднование съехался сонм православных первоиерархов, как бы признавших бело-русскую столицу цивилизационным центром притяжения. Небывалая массовость (аналогичная ситуация наблюдалась в на-

чале нынешнего года во время поклонения Дарам волхвов) минских торжеств, приуроченных к празднованию Крещения Руси, вновь актуализировала научную дискуссию о белорусской национально-культурной идентичности. Но в этой дискуссии, как правило, упускается из виду едва ли не главный аспект: социокультурный критерий идентификационной эффективности, позволяющей белорусам консолидироваться в условиях глобализирующегося мира, достичь социально-экономической состоятельности, заняв достойное место среди других народов.

Идентичность на фоне глобализации не может сводиться лишь к этничности замкнутой социосистемы, в рамках которой невозможно построение успешной социально-экономической модели. Сегодня реальная экономика оперирует обширными рыночно-географическими пространствами, простирающимися далеко за пределы суверенной Беларуси. Их освоение, с точки зрения государственной информационной политики, предполагает использование адекватных социокультурных механизмов, таких как цивилизационное позиционирование.

Коллективный символический капитал

Основная цель построения имиджа любого государства – положительный стереотип восприятия страны как во внутритропи-

ОБ АВТОРЕ

ЛЕВЧУК Николай Николаевич.

Родился в 1973 году в г. Бресте. Окончил Минское суворовское военное училище (1990), факультет журналистики Белорусского государственного университета (1995).

В 1996–2008 годах работал корреспондентом, начальником отдела идеологической работы газеты Министерства обороны «Во славу Родины». С 2009 года – начальник отдела зарубежной военной информации информационного агентства Вооруженных Сил Республики Беларусь «Ваяр». С 2012 года – научный сотрудник НИИ Вооруженных Сил Республики Беларусь. Подполковник.

Автор 6 научных публикаций.

Сфера научных интересов: теория коммуникации, семиотика, геополитика, конфликтология.

тическом пространстве, так и за рубежом. Если сфокусировать проблему в пределах странового маркетинга, то для достижения цели следует применить технологию позиционирования, рассматриваемую в контексте менеджмента коллективных представлений на основе использования значимых символов [1, с. 131]. В рамках стратегических коммуникаций технология позиционирования представляется консолидирующим инструментом воздействия на глубинные пласты массового сознания.

В информационную эпоху постулирование цивилизационной идентичности приобретает особую актуальность, позволяя создать предпосылки интеграции в мировое глобализирующееся социально-экономическое пространство при условии сохранения самобытности и суверенитета [2]. Соответственно, цивилизационное позиционирование способно стать стратегическим инструментом обеспечения свободы и безопасности страны [3]. С точки зрения конструирования социальной реальности, позиционирование является наиболее перспективной и оправданной технологией, основной принцип которой состоит не в создании в информационной сфере чего-то нового, а в использовании того, что уже живет в умах массовой аудитории [4; 5, с. 47]. В социокультурном понимании речь идет о консервативности укоренившихся социальных практик, представляющих собой габитус – порождающую матрицу ответных реакций [6], устойчивых коллективных рефлексов.

С геополитической точки зрения Беларусь – это «местность-перекресток». Ее расположение на стыке двух цивилизационных общностей – латинской германо-романской и византийской славяно-православной, предполагает многовекторность внешне-политического курса, поддержание баланса между европейским и евразийским политическим и экономическим пространством [2]. Однако консолидация общества в процессе устойчивого социально-экономического развития подразумевает вполне определенные национально-культурные ценностные ориентиры, рассматриваемые как генотип всей системы [7, с. 95]. В случае же цивилизационного «раздвоения» возникает риск формирования, по Л.Н. Гумилеву, химеры и антисистемы [8], порождающих систем-

ные предпосылки социально-политической дестабилизации, что и наблюдается в соседней Украине.

Кроме социально-политической консолидации, цивилизационное позиционирование призвано способствовать решению целого ряда сопутствующих проблем, свойственных сверхкоммуникативному обществу, характеризующемуся необычайно высоким фоном «коммуникативных шумов», преодоление которых – уже само по себе непростая задача. Если восприятие какого-либо образа (например, торговой марки) тотально подавляется такими «шумами» в информационной сфере, то его реальная значимость (капитализация) начинает стремиться к нулевой отметке. Благодаря адекватному позиционированию, нашу страну (и о нашей стране) смогут услышать в мире даже сквозь мощные коммуникативные «глушилки»: речь идет о конструировании странового бренда, который, являясь производной цивилизационной идентичности, превращается в разновидность коллективного символического капитала [9]. Специалисты в области странового маркетинга в своей работе делают акцент именно на установлении идентичности, проецируя технологию позиционирования на конкретные отрасли экономики.

Купляйце беларускае!

Понятия «белорусскость», «белорусское», учитывая этимологию названия «Беларусь» (Белая Русь), уже сами по себе заключают идею цивилизационного позиционирования. Вопреки ироничной реакции блогосферы, маркетинговая практика показывает, что продвижение на внешних рынках товарных групп, промаркированных как белорусские косметика, продукты питания, мебель, трикотаж и др., способно дать дополнительное развитие экспорту или подтолкнуть инвесторов участвовать в том или ином сегменте рынка. Возникает феномен взаимного национально-маркетингового продвижения. Это происходит, как утверждают специалисты, в различных пространственно-временных и предметных контекстах. В историческом – случке пояса. В международном – тракторы «Беларус», автомобили МАЗ и БелАЗ. В событийном – «Славянский базар в Витебске», детское «Евровидение», чем-

пионат мира по хоккею – 2014. В области компьютерных технологий понятие «Сделано в Беларуси» давно и прочно связано с программным обеспечением очень высокого уровня. Целый ряд значимых отечественных брендов не просто ассоциируется с Беларусью, а уже в какой-то степени влияет на ее имидж: те же МАЗ, БелАЗ, а также «Милавица», «Савушкин продукт», «Бабушкина крынка», «Санта Бремор» и др., что выводит их продвижение в разряд стратегических коммуникаций.

В информационную эпоху неотъемлемая часть странового бренда – прочная ассоциативная связь с ростом научно-технологического знания и эффективным менеджментом инновационных процессов [10]. Проблема визуальной и смысловой идентичности страны должна решаться фундаментально и системно на стратегическом уровне с учетом того, что масштабный территориальный брендинг выходит за пределы локальных сфер и начинает активно интегрироваться в политические и государственные коммуникации [11, с. 173]. В связи с этим предлагается расширение компетенции Национальной стратегии устойчивого социально-экономического развития (следующая будет утверждаться на период после 2020 года) до постулирования цивилизационных ориентиров, что в контексте державообразующей системы символов и смыслов позволит ей играть более значимую консолидирующую роль в достижении поставленных целей. Следует рассмотреть вопрос о том, чтобы в качестве приложения к ней разработать общенациональную коммуникативную стратегию. Кроме того, аналогичным образом цивилизационное позиционирование должно быть реализовано в стратегических документах, регулирующих сферу информационной безопасности, например, в контексте разработки понятия «коммуникационного суверенитета» [12, с. 229].

Инвестиционная привлекательность Республики Беларусь напрямую зависит от грамотного позиционирования образа нашей страны на внешних рынках. Сегодня недостаточно заявить о том, что Беларусь – европейское государство. Более того, с точки зрения позиционирования такое информационное послание будет малоэффективным, а то и просто ошибочным, поскольку в позиции «европейское государ-

ство» в гораздо большей степени уже утвердился целый ряд других стран, в том числе наших ближайших соседей, поэтому идея «европейского» позиционирования будет работать, в первую очередь, на них. Иными словами, для возможного инвестора это скорее будет сигналом вкладывать средства в то европейское государство, которое в таком качестве больше всего утвердилось в его сознании. А вот формулировка «русское государство в центре Европы» предполагает выделение отличительных для нашей страны признаков, позволяет утвердиться в отличной от других европейских государств внешнеэкономической (и внешнеполитической) позиции. Надо сказать, идея такого позиционирования на государственном уровне не содержит в себе ничего нового: например, Великое Княжество Литовское, Русское и Жемойтское тоже содержало в своем названии «русское» позиционирование, уже в те времена имевшее цивилизационные основания.

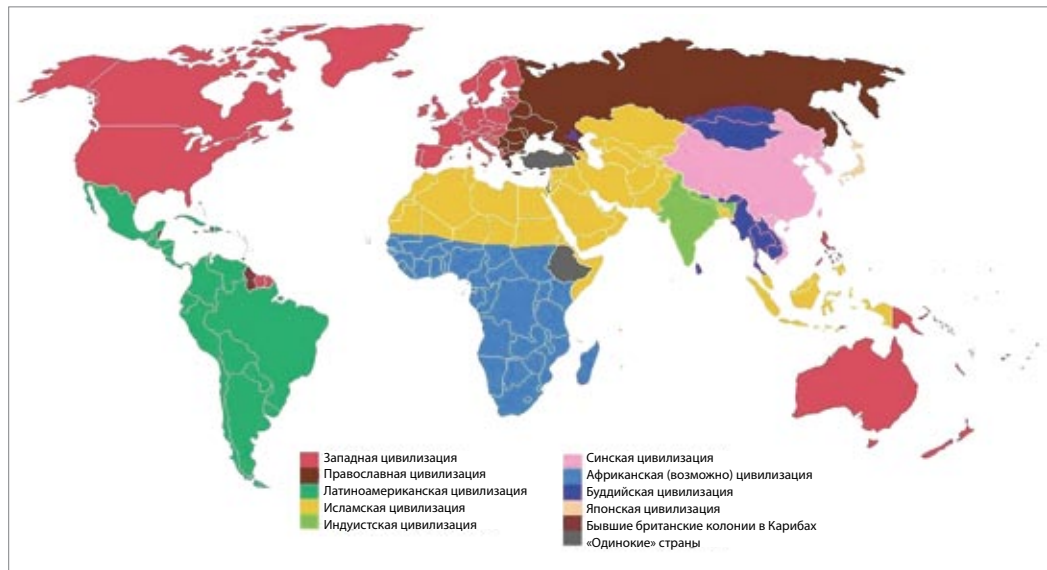
Особо следует подчеркнуть, что речь идет не о противопоставлении европейскому контексту, а скорее о прочтении в нем славянских текстов в духе «интеграции интеграций» [13]. Ведь реализм маркетинговых мотиваций, о которых идет речь, не приемлет логики замкнутого в себе социального пространства, а предполагает закон «расширения» и даже экспансии. К тому же основными рынками сбыта продукции белорусского производства являются Российская Федерация и страны ЕС. Но именно ввиду такого российско-европейского ориентационного дуализма принци-

▼ На международном форуме «Инвестиции. Инновации. Перспективы». Витебск, 2014 год



► Рисунок 1. Мир разных цивилизаций: после 1990-х годов

Источник: <http://ecocrisis.wordpress.com/miscel-lanea/clash-civilization/>.



ально важным представляется недвусмысленное постулирование нашей культурно-исторической идентичности: какая бы то ни была интеграция предполагает априори онтологическую целостность участвующих в ней социально-политических субъектов, иначе она не имеет смысла. Цивилизационное позиционирование – первый шаг к эффективному продвижению странового бренда, а от правильного позиционирования зависят дальнейшие экономические процессы, формирование ноосферного [14] дискурса устойчивого развития.

Решение задачи глобального уровня предполагает преодоление такого же уровня трудностей. Как заметил украинский ученый в области коммуникативных технологий Г.Г. Почепцов, любой из стран СНГ трудно войти в этот мир на равных. От нас ждут рассказов не о новых научных открытиях или о пересадке печени, а о стихийных бедствиях, забастовках, голоде. Согласно соответствующему закону пропаганды, подчеркивает исследователь, нет смысла тратить деньги на разрушение стереотипа, поскольку сделать это практически невозможно, можно лишь попытаться строить рядом новый стереотип [15]. Цивилизационное позиционирование в рамках общенациональной коммуникативной стратегии как раз позволяет реализовать исключение из данного закона, превращая слабую позицию старого стереотипа в сильную позицию нового, ярким примером чего является опыт китайского успеха.

Экономика следует за культурой

Идея цивилизационного позиционирования Беларуси основывается на том общеполитическом факте, что наша страна никогда не входила в ареал западного мира и сегодня в таком качестве на уровне устойчивого стереотипа воспринимается мировым сообществом. Американский политолог С. Хантингтон в широко известной работе «Столкновение цивилизаций» включил пространство, на котором расположена Республика Беларусь (рис. 1), в ареал православной цивилизации [16, с. 22], которую следует считать синонимом русской цивилизации, оказавшей фундаментальное влияние на формирование национального самосознания белорусов [17, с. 131], их ценностных приоритетов.

Практический дискурс «реальной политики» предполагает, что, согласно С. Хантингтону, сегодня культурные сообщества пришли на смену блоковым, а линии разлома между цивилизациями становятся центральными линиями конфликтов в глобальной политике. В новом мире фактором, определяющим симпатии и антипатии страны, становится культурная идентичность. После окончания холодной войны для внеблоковых государств места просто не остается, поскольку страна не может не иметь идентичности. Культурная идентичность определяет место страны в мировой политике, ее друзей и врагов [16, с. 186].

Причем такую идентичность невозможно актуализировать по чьей-либо прихоти: исходя из классификационной модели С. Хантингтона, она представляется устойчивым культурно-историческим стереотипом коллективных представлений – социально-психологическим архетипом, отражающим глобальный закон политического тяготения. В основе действия этого закона – габитус, который «производит практики, как индивидуальные, так и коллективные, а следовательно – саму историю в соответствии со схемами, порожденными историей. Он обеспечивает активное присутствие прошлого опыта, который, существуя в каждом организме в форме схем восприятия, мышления и действия, более верным способом, чем все формальные правила и все явным образом сформулированные нормы, дает гарантию тождества и постоянства практик во времени» [6]. Таким образом, выдающийся французский философ и социолог Пьер Бурдьё сформулировал универсальную парадигму «символических структурирующих структур», в контексте которой цивилизационное позиционирование представляется технологией, опирающейся на устойчивые и устоявшиеся социальные практики.

Руководство нашей страны дало недвусмысленный ответ на принципиальный вопрос «Кто мы?». Выступая 20 июня 2013 года в Минске на XV Всемирном конгрессе русской прессы, Президент Беларуси А. Лукашенко отметил: «Русская цивилизация, русский мир дали человечеству не только величайшие культурные достижения, но и особые духовные ценности. Именно эти ценности положены нами в основу нашей государственности и того, что принято называть белорусской моделью развития» [18]. Таким образом, глава государства сформулировал цивилизационную основу белорусской национально-культурной идентичности.

Для придания наиболее универсального характера расшифровке белорусских национальных кодов целесообразно актуализировать еще одно синонимичное понятие – славянской цивилизации, которая представляет собой целостную совокупность духовно-нравственных и материальных форм существования с учетом генезиса протославянских, праславянских и славянских народов в рамках древнейшей цивилизационной общности [19, с. 69], сформировавшейся на

Европейском континенте. В контексте славянской цивилизации понятия белорусского национального суверенитета и культурно-исторической идентичности приобретают концептуальную законченность.

Принципы такого суверенитета в свое время были разработаны еще Н.Я. Данилевским, который на основе предложенного им понятия культурно-исторических типов задолго до С. Хантингтона создал в своей работе [20] модельную основу цивилизационной классификации межгосударственных отношений. Н.Я. Данилевский верил в возможность создания Всеславянского союза, а в идеале Всеславянской федерации – добровольного объединения всех славянских государств на взаимовыгодных условиях, считая, что так славянские народы сохраняют свою национальную самобытность, политическую и культурную независимость [20, с. 8].

Как писал русский философ И.А. Ильин, истинное единение покоится на добровольном согласии: люди должны объединяться не по принуждению, не из страха, не по лукавству, не для взаимного обмана. Чем меньше интриги в политике, тем она здоровее, глубже и продуктивнее [21, с. 157]. На этом фоне русская (православная) цивилизационная модель экстраполируется на самое широкое географическое пространство, являясь основой объединения народов вне зависимости от их национально-культурной и религиозной принадлежности. А с учетом того, что экономика следует за культурой [16, с. 199], то есть цивилизационные границы очерчивают устойчивую экономическую нишу, достигается эффективность социально-экономического уклада в условиях глобализации.

Один из примеров развивающегося общества на подобной модельной основе – Единое экономическое пространство. В рамках ЕЭП именно опора на цивилизационную идентичность позволяет создать консолидирующие основания для формирования рынка с минимум 200-миллионной численностью потребителей, являющейся, по мнению экономистов, необходимым условием достижения самоподдерживающегося экономического развития. Начало переговоров на высшем уровне в феврале 2013 года между США и ЕС о создании трансатлантической зоны свободной торговли тоже имеет цивилизационную подоплеку. При этом мало кто сомневается в необходимости проекта

и его исторической перспективе. Вместе с тем возможность создания такой же зоны между Украиной и ЕС является камнем преткновения и остается предметом ожесточенных дискуссий...

Именно цивилизационный подход позволяет в условиях строительства ЕЭП наиболее эффективно и с наименьшими коммуникативно-имиджевыми потерями разрешать возможные конфликтные ситуации между политическими и экономическими субъектами. Модель выстраивания стратегических коммуникаций в ходе подобных споров проста и очевидна: кто в своих действиях ближе к цивилизационной поведенческой матрице, предполагающей отстаивание общегосударственных, а не олигархических интересов, тот ближе к правде. Код русской цивилизации – совесть и справедливость.

Что касается позиционирования собственно белорусской социально-политичес-

кой модели, то в рамках цивилизационной идентичности оно должно основываться на объективно-исторической методологии развития человечества в сочетании с философией национальной белорусской культуры и социально-экономическим укладом [22, с. 91]. Принципы информационной политики государства по форме должны основываться на надконфессиональных критериях добра и зла, но быть цивилизационными по содержанию, постулируя общеславянские (общерусские) идейные корни мировоззрения белорусов. Кроме того, на фоне прошедшего празднования 1025-летия Крещения Руси надо помнить: крещение как для отдельного человека, так и для народа означает духовное рождение. Мы – русские, украинцы, белорусы – вышли из единой купели (Крещения) и собираемся у одной чаши (Причащения) [23], что является высшим нравственным императивом цивилизационной идентичности. ─

ЛИТЕРАТУРА

1. Почепцов, Г.Г. Психологические войны / Г.Г. Почепцов. – М.: Рефлукс, Киев: Ваклер. – 2002. – 528 с.
2. Залесский, Б.Л. Идентичность на стыке цивилизационных общностей в динамике межцивилизационного диалога / Б.Л. Залесский // Цивилизационная идентичность в эпоху глобализации: материалы международной молодежной научной конференции (10 марта 2011 г., г. Минск) / Национальная библиотека Республики Беларусь. – Минск, 2011. – С. 148–153.
3. Трегуб, С. Цивилизационная идентичность России в условиях глобализации / С. Трегуб // Центр научных изысканий [Электронный ресурс]. – 2008. – Режим доступа: http://www.cenipauku.ru/page_15514.htm. – Дата доступа: 12.08.2013.
4. Сидорская, И.В. Роль позиционирования в построении имиджа городского образования / И.В. Сидорская // Журналистика-2008: стан, праблемы і перспектывы: матэрыялы 10-й Міжнар. навуц.-практ. канферэнцыі. – Вып. 10. – Мінск: БДУ, 2008. – С. 170–173.
5. Траут, Д. Позиционирование: битва за умы / Д. Траут, Э. Райс; пер. с англ. – СПб.: Питер, 2010. – 336 с.
6. Бурдые, П. Структура, габитус, практика / П. Бурдые // Журнал социологии и социальной антропологии. – 1998. – Т. 1. – № 2.
7. Демчук, М.И. Республика Беларусь: системные принципы устойчивого развития / М.И. Демчук, А.Т. Юркевич. – Минск: РИВШ, 2003. – 300 с.
8. Гумилев, Л.Н. Этногенез и биосфера Земли / Л.Н. Гумилев. – СПб.: Кристалл, 2001. – 640 с.
9. Bourdieu, P. Sur le pouvoir symbolique / P. Bourdieu // Annales. Economic. Societe. Civilisations. – 1977. – № 3. – P. 405–411.
10. Stehr, N. Knowledge Politics: Governing the Consequences of Science and Technology (Political Economy of the World-System Annuals) / Nico Stehr. – Boulder CO.: Paradigm Publishers, 2006. – 252 p.
11. Соловьев, А.И. К вопросу развития странового брендинга / А.И. Соловьев // Журналистика-2009: стан, праблемы і перспектывы: матэрыялы 11-й Міжнар. навуц.-практ. канферэнцыі, прысвечанай 65-годдзю факультэта журналістыкі / Рэдкал.: С. В. Дубовік [адк. рэд.] і інш. – Вып. 10. – Мінск: БДУ, 2009. – С. 173–175.
12. Панарин, И.Н. Информационная война и коммуникации / И.Н. Панарин. – М.: Горячая линия – Телеком, 2013. – 236 с.
13. Лукашенко, А.Г. О судьбах нашей интеграции / А.Г. Лукашенко // Известия. – 2011. – 17 октября.
14. Никитенко, П.Г. Организационно-управленческая модель формирования нового мировоззрения и новой экономики / П.Г. Никитенко // Проблемы управления. – 2013. – № 3. – С. 72–77.
15. Почепцов, Г. Теория и практика коммуникации (от речей президентов до переговоров с террористами) / Г. Почепцов // Библиотека Гумер [Электронный ресурс]. – 2012. – Режим доступа: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Psihol/Pochep/02.php. – Дата доступа: 04.04.2013.
16. Хантингтон, С. Столкновение цивилизаций / С. Хантингтон. – М.: АСТ, 2003. – 603 с.
17. Криштапович, Л.Е. Белоруссия и Русская цивилизация: Русь и Беларусь: историософско-историографические этюды / Л.Е. Криштапович. – Минск: ИСПИ, 1999. – 144 с.
18. Лукашенко сформулировал идеалы русской цивилизации / Odnako.ru [Электронный ресурс]. – 2013. – Режим доступа: http://www.odnako.org/blogs/show_26393/. – Дата доступа: 11.07.2013.
19. Леднёв, В.С. Венеты. Славяне. Русь. Историко-этимологические и палеографические проблемы / В.С. Леднёв; 2-е изд., испр. и доп. – М.: Ин-т экспертизы образовательных программ и государственно-конфессиональных отношений Учебного комитета при Священном Синоде Русской Православной Церкви, 2010. – 224 с.
20. Данилевский, Н.Я. Россия и Европа: взгляд на культурные и политические отношения славянского мира к германо-романскому / Н.Я. Данилевский. – СПб.: Глаголь, 1995. – 515 с.
21. Ильин, И.А. О политическом успехе (Забывтые аксиомы) / И.А. Ильин // Собрание сочинений: в 10 т. / сост., вступит. ст. и коммент. Ю.Т. Лисицы. – Т. 2. – Кн. 2. – М.: Русская книга, 1993.
22. Слуга, А.Г. Нацыянальная ідэя: сістэмны аналіз праблемы / А.Г. Слуга. – Мінск, 2001. – 428 с.
23. Чарота, И.А. Белорусы и единое этнодуховное пространство / И.А. Чарота // Официальный сайт Украинской православной церкви [Электронный ресурс]. – 2010. – Режим доступа: http://pravoslavnye.org.ua/2010/01/ivan_charota_belorusi_idinee_etnoduhovnoe_prostranstvo/. – Дата доступа: 09.08.2013.