

**Культурная дипломатия как инструмент формирования имиджа государства на примере Перекрестного Года культуры Великобритании и России 2014**

**Научный руководитель – Смирнова Галина Евгеньевна**

***Шубина Екатерина Сергеевна***

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет иностранных языков и регионоведения, Кафедра региональных исследований, Москва, Россия

*E-mail: Schubina1999@mail.ru*

На сегодняшний день в условиях глобализации создание и продвижение позитивного имиджа является одной из основных задач для многих государств. «Он [имидж] становится важной социальной ценностью, от наличия и качества которой во многом зависит успех политической и экономической деятельности государства во внешней политике и социальная стабильность, устойчивость его внутривнутриполитических процессов» [1].

Сегодня создание имиджа государства предполагает ориентацию на актуальные глобальные проблемы современности. От того, насколько грамотно и эффективно сформирован имидж государства, может зависеть, насколько успешно оно сможет действовать на международной арене, отстаивать свои интересы и реализовывать их. Цель данной работы: на основе анализа программы проведения, анонсов и отзывов российской аудитории, представляемых СМИ России и данными блогосферы, охарактеризовать роль культурной дипломатии как одного из эффективных инструментов формирования имиджа государства в контексте Перекрестного Года культуры Великобритании и России 2014. Актуальность исследования определяется возрастающей значимостью культурной дипломатии, которая в современном мире зачастую становится единственной основой диалога между государствами в период конфронтации.

Имидж - это конструируемое, намеренно создаваемое впечатление о чем-либо. Под имиджем государства мы будем понимать образ государства, создаваемый и управляемый ответственными за это государственными структурами, с целью формирования у аудитории положительного впечатления о государстве и повышения его конкурентоспособности на международной политической арене. Отметим, что данная целевая аудитория включает в себя не только акторов, ответственных за принятие политических решений, но и массовую общественность других государств.

Культурная дипломатия - инструмент регулирования имиджа государства, «государственная политика, направленная в рамках внешней политики на экспорт репрезентативных данных национальной культуры и на взаимодействие с другими странами в этой же культурной сфере» [2].

Одна из целей культурной дипломатии - представление национальной культуры страны в наиболее выгодном свете, популяризация культурных ценностей с целью создания положительного имиджа государства. Данная цель может осуществляться при помощи разнообразных культурно-просветительских программ и при содействии различных организаций, в первую очередь государственных. Наиболее эффективным методом популяризации культуры является деятельность, осуществляемая в двустороннем порядке (двумя государствами одновременно). Действенным механизмом популяризации культуры представляется проведение перекрестных годов культуры - программ, в рамках которых два государства осуществляют взаимный обмен достижениями в сфере искусства.

Проведение подобных мероприятий стало привычной практикой в отношениях России и Великобритании: перекрестные годы проходили в 2014, 2016 и 2019 годах.

Анализ источников, посвященных Году культуры Великобритании и России 2014 показал, что в условиях возникшего кризиса между двумя государствами, связанного с ситуацией на Украине, и последовавшими событиями, Великобритании удалось успешно осуществить процесс государственного имиджирования.

Британская часть программы включала в себя 132 мероприятия, различных по тематике и формату, что позволило обеспечить вовлечение максимально широкой аудитории.

Театральная программа Британии, включающая такие постановки как «Сон в летнюю ночь», «Вспоминая утраченное», «Голем», была представлена в рамках фестиваля имени А.П. Чехова. Ее проведение способствовало закреплению имиджа Великобритании как современного, прогрессивного государства, которое в то же время обладает богатым культурным наследием и прочными театральными традициями.

Говоря об искусстве кинематографа, следует отметить, что Великобритания активно продвигала свои достижения в этой сфере, организуя такие мероприятия как выставка «Дизайн 007: 50 лет стилю Джеймса Бонда», кинофестиваль «Хичкок: девять неизвестных», а также выставка «фильмов о моде «Dressing the Screen: the Rise of Fashion Film», благодаря чему удалось подтвердить статус государства с богатым кинематографическим наследием, которое хорошо знакомо российскому зрителю.

Анализ публикаций, посвященных таким событиям как выставка «Золотой век русского авангарда» и форум «MuseON», позволяет понять, что российская аудитория признаёт лидерство Великобритании в сфере инновационных технологий и в области музейного менеджмента. В этом контексте Великобритании удалось транслировать имидж более опытного и успешного государства, готового делиться своим опытом и приглашающего российских коллег к взаимодействию.

При проведении анализа данных блогосферы и СМИ обращает на себя внимание разница в оценке событий официальными СМИ и «потребителем» культурных событий, зрителями и участниками мероприятий, чье мнение озвучено в социальных сетях и личных блогах. В публикациях СМИ внимание акцентируется на неблагоприятном политическом контексте проведения Года культуры. В то же время анализ блогосферы позволяет сделать вывод, что проведение государственного имиджирования в контексте года культуры как эффективного механизма культурной дипломатии даёт возможность аудитории абстрагироваться от политического контекста взаимоотношений двух стран и сформировать собственное позитивное представление не только о регионе, но и о государстве.

Таким образом, Год культуры как механизм культурной дипломатии служит основой для укрепления положительного имиджа Британии в период охлаждения отношений с Россией и посредством государственной программы способствует сохранению интереса аудитории к культуре страны и продвижению имиджа Великобритании как лидера в сфере инноваций, современного и прогрессивного государства, которое в то же время обладает богатым культурным наследием.

### Источники и литература

- 1) Ильин И.В., Леонова О.Г. Роль и значение имиджа страны в условиях глобализации // Социально-гуманитарные знания. 2008. № 5. С.17-27. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=15269999>
- 2) Табаринцева-Романова К.М. «Новые» виды дипломатии XXI в.: культурная дипломатия в современном международном дискурсе // Дискурс-Пи. 2019. №3 (36). С. 26-37. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/novye-vidy-diplomatii-xxi-v-kulturnaya-diplomatiya-v-sovremennom-mezhdunarodnom-diskurse>