

14. Рыбаков С.В. О смысловой структуре понятия «история» // Вопросы истории. 2015. – № 4. – С. 18-25.
15. Савельева И.М., Полетаев А.В. История и время в поисках утраченного. М.: «Языки русской культуры», 1997. – 800 с.
16. Смехович Н.В. История и метод. Мн.: РИВШ, 2004. – 287 с.
17. Стариков Н.В. Хаос и революции – оружие доллара. Спб.: Питер, 2011. – 330 с.
18. Стариков Н.В. Кто убил российскую империю? Главная тайна XX века. М.: Яуза, Эксмо, 2006. – 512 с.

ВЛИЯНИЕ ПОВЕДЕНИЯ ЖИТЕЛЕЙ ПРИГРАНИЧЬЯ НА МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОБРАЗ СТРАНЫ

А.Н. Костючков

г. Витебск, ВГУ имени П.М. Машерова, a.n.kostyuchkov@gmail.com

Цель статьи – рассмотреть влияние поведения жителей приграничных регионов на формирование международного образа своей страны, выявить направления, по которым поведение граждан влияет на представления о своей стране мирового сообщества в целом и соседних стран в частности.

Ключевые слова: международный образ, приграничье, поведение граждан.

В современных международных отношениях чётко прослеживается разделение средств воздействия на две группы: *softpower* (мягкая сила) и *hardpower* (жёсткая сила). Международный имидж как средство из группы *softpower* получил всеобщее признание в качестве инструмента внешней политики. Международный имидж – это образ субъекта международных отношений, целенаправленно формируемый в сознании других субъектов международных отношений. Имиджем обладают государства, нации, международные организации, политические лидеры. Актуальность проблемы международного имиджа в настоящее время обусловлена тем, что имидж – это феномен, значение которого возрастает с ростом роли информационно-коммуникационных технологий в жизни общества.

Международный имидж может формироваться с помощью политических, экономических, культурных и других средств. В этом контексте влияние поведения граждан на образ страны не подлежит сомнению. Поведение граждан может быть отнесено к культурным средствам и каналам формирования образа. Однако эта проблема не разработана в научной литературе. В этой связи представляется необходимой попытка систематизировать каналы влияния поведения граждан, обобщить международный опыт в этой сфере. Поведение граждан по отношению к представителям других стран и народов в условиях современного уровня развития средств коммуникации часто и быстро становится достоянием международной общественности, а значит и фактором формирования международного образа страны. Материалом данного исследования служат модели поведения граждан, отдельные акты поведения рядовых граждан и официальных представителей государства.

Прежде чем говорить о формировании имиджа, необходимо отграничить понятия «имидж» и «образ». В русском языке слова «имидж» и «образ» не могут в полной мере использоваться как взаимозаменяемые. Слово «имидж» изначально пришло в русский язык как термин, означающий именно искусственный (*целенаправленно формируемый*) образ, то есть одна из разновидностей образа [1]. В данной работе рассматриваются как целенаправленно формируемый образ (имидж), так и образ, формирующийся естественным путём. Поэтому, как правило, будет применяться термин «образ», который шире по своему содержанию.

Поведение граждан по отношению к представителям других народов, формирующее позитивный международный образ страны, должно отвечать следующим требованиям: *нормальность, успешность, доброжелательность*.

Нормальность. Основной вопрос состоит в том, насколько поведение представителя одного народа отклоняется от представлений о правильном поведении представителей других народов. Естественно, что люди близких культур, цивилизаций практически не будут отличаться своим поведением. Как пишет С. Хантингтон, «цивилизации – это самые большие «мы», внутри которых каждый чувствует себя в культурном плане как дома» [2, с. 52]. Жители приграничных регионов, как правило, относятся к одной цивилизации, и поэтому межцивилизационных барьеров в случае приграничного общения не возникает. А вот между представителями разных цивилизаций может возникнуть непонимание, например, по причине того, что женщина ходит в короткой юбке, находясь в мусульманской стране. В соседних странах, относящихся к одной цивилизации, такого непонимания не возникнет. Для них нет оснований. Жители соседних регионов разных стран выступают носителями одинаковых моральных и религиозных норм, обычаев.

Успешность. Признаками успешности выступает внешний вид граждан. Если они хорошо выглядят, хорошо одеты, находятся в хорошей физической форме, то, естественно, они будут формировать позитивный образ своей страны.

Признаком успешности выступает и величина расходов граждан за рубежом. Граждане страны пребывания, особенно работники сферы торговли и обслуживания, замечают, на что и сколько тратят гости из соседней страны. Большими расходами они демонстрируют свою финансовую состоятельность, а предметами покупок показывают свой вкус.

Доброжелательность. Прибывающие в страну иностранцы взаимодействуют с множеством граждан страны пребывания. Они судят о стране не только по красоте природы, чистоте на улицах, архитектуре городов, но и по поведению граждан.

Жители приграничных территорий, как правило, не нуждаются в получении визы для въезда, и поэтому они не общаются с работниками консульских служб. Однако на въезде они могут общаться с представителями пограничной охраны, таможенной службы.

Во время нахождения в стране в круг общения входят работники сферы обслуживания в столицах (диспетчеры и водители такси, работники железнодорожных касс и пассажирских вагонов, администраторы сферы общественного питания и гостиничного бизнеса), работники сферы культуры (экскурсоводы), сотрудники ОВД, работающие на массовых мероприятиях международного масштаба (Евровидение, спортивные мероприятия) и в паспортно-визовых службах. Этим людям необходимо безукоризненно придерживаться правил этикета, чтобы показать гостям свой высокий культурный уровень. Кроме того, представители государства носят форму государства (дипломаты, пограничники, таможенники). По их поведению судят и о народе, и о государстве.

Что касается языка, то в приграничном общении знание иностранного языка не нужно, так соседи, как правило, говорят на одном языке или, по крайней мере, очень близких языках.

Большое значение играет поведение граждан за рубежом, в других странах. Выезд за рубеж может быть индивидуальный и массовый. В случае индивидуального выезда человек, как правило, не заметен в массе местного населения. А вот в случае массового выезда, например, в составе туристических групп, выезжающие сразу замечаются представителями страны пребывания, и поведение гостей сразу получает оценку принимающей стороны.

Представительство может быть государственное и негосударственное. Как уже было сказано, представители государства (пограничники, таможенники, сотрудники милиции/полиции) носят форму государства и уже этим выделяются на фоне других людей. Поэтому можно сказать, что их поведение во много раз пристальнее оценивается теми, с кем они общаются по долгу службы.

Негосударственное представительство также развито в современном мире. Современный мир – это мир постоянных человеческих потоков, часто не регулируемых или слабо регулируемых государствами. Люди едут в туристические поездки, люди мигрируют из страны в страну, спортивные болельщики передвигаются вслед за любимыми командами.

К русским туристам за рубежом в настоящее время сформировалось отношение как к пьяницам. Но началось это не в «лихие 90-е» XX века. Вот как поев Ф. Шаляпин вспоминал о своём пребывании в Париже в начале XX в. «Однажды, на каком-то бульваре, российский человек... влез на стул у ресторана, вынул из кармана бутылку коньяка и закричал, размахивая ею. Сбежались люди... Господин в поддёвке воткнул горлышко бутылки в свой волосатый рот и единым духом высосал всё её содержимое, очевидно, желая продемонстрировать мощь и силу своего желудка. Французы ахали, находя что это – поистине удивительно! Но мне стало не по себе, я думал, что Русь не только этим должна быть интересна для Европы» [3, с. 153]. Государство должно способствовать правильному с точки зрения закона и морали поведению своих граждан. Например, МИД Российской Федерации призвал граждан РФ, находившихся в Таиланде в дни национального траура, вести себя сдержанно в связи со смертью короля Таиланда [4].

Массовый наплыв мигрантов всегда даёт пищу для размышлений гражданам страны их пребывания. Особенно если ими совершаются правонарушения, особенно массовые. Здесь можно вспомнить новогодние ночи 2015-2016 гг. в Германии, июльские 2016 г. атаки мигрантов на граждан Германии, которые совершали выходцы из Афганистана (несовершеннолетний), Ирана (по паспорту – гражданин ФРГ), Сирии. Мигрантов часто воспринимают не как представителей конкретной страны, а как представителей иной цивилизации. Лишь при длительном общении люди могут различать представителей разных этносов. В приграничных регионах более развита трудовая миграция, чем миграция по политическим мотивам.

Массовые выезды связаны и со спортивными мероприятиями. Например, в 2016 г. во Франции на чемпионате Европы по футболу российские и английские болельщики. Особенно бурным нравом отличаются английские болельщики, известные в этом плане ещё с 1980-х гг.

Черты национального характера, проявляющиеся в поведении, также значимы для формирования международного образа. Например, белорусы воспринимаются соседями как люди весёлые, простые, спокойные, работающие, добрые [5, с. 20-21]. Определённую роль играют и гостеприимство белорусов, и чистота на улицах.

Список использованной литературы

1. Касцючкоў, А.М. Палітычны імідж: паняцце, прыметы, віды / А.М. Касцючкоў // Весці БДПУ. – 2007. – № 2. Серыя 2. – С. 67-71.
2. Хантингтон, С. Столкновение цивилизаций / С. Хантингтон. – Москва: Издательство АСТ, 2016. – 640 с.
3. Шаляпин, Ф.И. Страницы моей жизни: Повести / Ф.И. Шаляпин. – Москва: Кн. палата, 1990. – 464 с.
4. Вести // Телеканал «Россия» (Россия). – 2016. – 14 октября. – 20.00 мск.
5. Комиссарова, Т. Как сформировать имидж бренда на основе национального характера / Т. Комиссарова // Рекламные технологии. – 2008. – № 1. – С. 16-22.