

Внутренний имидж государства и культурная память: теоретико-методологическая рамка для анализа постконфликтных обществ

Абдаллах Лейла Нажибовна

Аспирант

ORCID: 0000-0003-1626-0504, e-mail: leyla.n.abdallah@gmail.com

Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург, Россия

Аннотация

Статья имеет теоретико-методологическую направленность и посвящена разработке аналитической рамки для исследования внутреннего имиджа государства как социокультурной конструкции, формируемой в динамике коллективной памяти. Основное внимание уделено постконфликтным обществам, в которых процессы легитимации власти и социальной интеграции особенно остро зависят от интерпретации прошлого. Методологическая стратегия опирается на социологию культуры, теории коллективной и культурной памяти, а также концепцию символической власти. Применен междисциплинарный подход, сочетающий методы сравнительно-исторического анализа, концептуального моделирования и интерпретации нарративов. В ходе анализа уточнено понятие внутреннего имиджа государства как системы символических представлений, укорененных в памяти и повседневных практиках, выявлены механизмы его формирования через институционализацию исторических нарративов, ритуализированные практики и медиапосредничество. Разработанная концептуальная модель описывает взаимодействие между культурной памятью, символической политикой и социокультурным восприятием граждан, отражая структуру формирования образа государства в условиях посттравматического опыта. Новизна исследования заключается в интеграции теоретических разработок в области изучения памяти (англ. *memory studies*) и социологии легитимации в рамках единой социологической перспективы. Показано, что культурная память служит не только ресурсом идентичности, но и механизмом воспроизводства доверия, сопричастности и чувства «своего» государства. Предложенная модель обладает как объяснительным, так и прикладным потенциалом для анализа государственной политики памяти, мемориальных практик и стратегий постконфликтной консолидации.

Ключевые слова

Коллективная память, символическая власть, внутренняя легитимность, нарратив, идентичность, постконфликтное общество, медиация памяти, нарративные схемы, символический порядок, государственность

Для цитирования: Абдаллах Л.Н. Внутренний имидж государства и культурная память: теоретико-методологическая рамка для анализа постконфликтных обществ // Вестник университета. 2026. № 3. С. 244–255.



State's internal image and cultural memory: a theoretical and methodological framework for post-conflict societies analysis

Leila N. Abdallakh

Postgraduate Student

ORCID: 0000-0003-1626-0504, e-mail: leyla.n.abdallah@gmail.com

St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russia

Abstract

The paper has a theoretical and methodological focus and is devoted to the development of an analytical framework for the study of a state's internal image as a socio-cultural structure formed in the dynamics of collective memory. The main focus is on post-conflict societies in which the processes of legitimization of power and social integration are particularly acutely dependent on the interpretation of the past. The methodological strategy is based on sociology of culture, the theory of collective and cultural memory, as well as the symbolic power concept. An interdisciplinary approach has been applied that combines methods of comparative historical analysis, conceptual modeling, and narrative interpretation. In the course of the analysis, the concept of a state's internal image as a system of symbolic representations rooted in memory and everyday practices has been clarified. The mechanisms of its formation through the institutionalization of historical narratives, ritualized practices, and media mediation have been revealed. The developed conceptual model describes the interaction among cultural memory, symbolic politics, and citizens' socio-cultural perception, reflecting the structure of forming a state's image in the context of post-traumatic experience. The novelty of the research lies in the integration of theoretical developments in memory studies and sociology of legitimation within a single sociological perspective. It has been shown that cultural memory serves not only as a resource of identity, but also as a mechanism for reproducing trust, belonging, and a sense of "one's own" state. The proposed model has both explanatory and applied potential for analyzing state memory policy, memorial practices, and post-conflict consolidation strategies.

For citation: Abdallakh L.N. (2026) State's internal image and cultural memory: a theoretical and methodological framework for post-conflict societies analysis. *Vestnik universiteta*, no. 3, pp. 244–255.

Keywords

Collective memory, symbolic power, internal legitimacy, narrative, identity, post-conflict society, memory mediation, narrative schemas, symbolic order, statehood



ВВЕДЕНИЕ

Проблематика формирования и трансформации внутреннего имиджа государства, понимаемого в качестве системы коллективных представлений о его роли, функциях и месте в социальной структуре, приобретает особую значимость в постконфликтных обществах. После пережитых кризисов меняются как стратегии государственных институтов, стремящихся закрепить определенные интерпретации происходящих изменений, так и представления граждан о государстве, а культурная память становится одним из ключевых механизмов, через которые общество осмысляет институциональные трансформации. В этих условиях особенно важным становится анализ того, как память включается в формирование коллективной идентичности и задает рамки восприятия политических институтов. Это, в свою очередь, требует обращения не только к сфере политической риторики, но и к социологическим механизмам формирования идентичности, циркуляции нарративов и символической интеграции.

Исследователи, занимающиеся изучением памяти (англ. *memory studies*), указывают, что память – это не только индивидуальный психологический феномен, но и социальный процесс, посредством которого сообщество конструирует образ своего прошлого [1]. Культурная память включает устойчивые нарративы и символические формы, традиции и интерпретации истории, которые передаются через поколения и становятся основой коллективной идентичности [2]. В условиях политических трансформаций государственные институты активно обращаются к памяти как к ресурсу символической интеграции: через отсылки к значимым событиям, историческим героям, легендам о «золотом веке» и т.д. власть стремится укрепить связь между собственным политическим курсом и представлениями общества о «правильном» порядке вещей, сформировать чувство сопричастности и оправдать новый политический курс [3]. Особенно остро эта тенденция проявляется после конфликтов, когда общество переживает травматический опыт и находится в поисках объединяющего нарратива для преодоления раскола. В таких условиях культурная память становится ареной символической борьбы: разные акторы предлагают конкурирующие версии прошлого («войны памяти»), пытаясь либо «залечить раны» через признание и примирение либо, напротив, мобилизовать людей против нового «врага» [3]. От того, какие нарративы получают институциональную поддержку, зависит то, какие образы государства закрепляются как легитимные и каким образом общество интерпретирует текущую политическую ситуацию.

В данных условиях возникает необходимость комплексного аналитического подхода, позволяющего исследовать внутренний имидж государства через призму культурной памяти. Настоящая работа имеет целью разработать и представить теоретико-методологическую рамку анализа, интегрирующую достижения *memory studies* и исследований политического имиджа государства. Новизна подхода заключается в разработке авторской концептуальной модели, которая раскрывает механизмы влияния коллективной памяти на восприятие государства его гражданами. В отличие от работ, ориентированных на политическое управление или PR-модели, настоящее исследование рассматривает внутренний имидж государства как элемент социальной реальности, возникающий в результате институционализации определенных интерпретаций прошлого, циркуляции нарративов и повседневных коммуникациях. Предлагаемая рамка особенно применима к постконфликтным обществам, где вопросы легитимации власти и национальной идентичности стоят наиболее остро. В качестве иллюстрации в статье рассматривается кейс Афганистана после 2021 г. – приход к власти движения «Талибан» и его попытки опереться на культурную память в обоснование своей легитимности.

Объект исследования – внутренний имидж государства в постконфликтных обществах. Предмет исследования – механизмы актуализации культурной памяти в публичном дискурсе и медиапрактиках, а также их влияние на формирование внутреннего имиджа государства и восприятие его легитимности гражданами в постконфликтных обществах.

Гипотеза исследования заключается в том, что в постконфликтных обществах устойчивый внутренний имидж государства формируется не как результат исключительно управленческих и PR-стратегий («мягкая» сила, национальный брендинг), а в процессе динамического взаимодействия трех взаимосвязанных уровней:

- культурно-исторических нарративов, укорененных в коллективной памяти (ее социальная обусловленность, институциональные формы, связь с идентичностью);
- символической политики государства, направленной на конструирование и институционализацию образов прошлого;

– социокультурного восприятия граждан в постконфликтный период, формируемого медиапрактиками и дискурсивными стратегиями, актуализирующими эти нарративы и соотносящими их с опытом травмы и потребностью в легитимации.

Исходя из сформулированной гипотезы в исследовании решаются следующие задачи:

- раскрыть ключевые теоретические подходы к изучению имиджа государства, коллективной и культурной памяти, а также медиапамяти с выявлением их ограничений и разобщенности;
- обосновать междисциплинарный аналитический подход и выделить уровни анализа внутреннего имиджа государства – культурно-исторические нарративы, символическую политику и социокультурное восприятие граждан;
- предложить концептуальную модель, описывающую внутренний имидж государства как результат взаимодействия культурных нарративов, инструментов символической политики и медиадискурса в условиях постконфликтного опыта;
- продемонстрировать применимость модели к исследованию постконфликтных обществ и очертить направления ее эмпирической проверки (на примере Афганистана).

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

В современных исследованиях внутреннего имиджа государства выделяется направление, связанное с политической коммуникацией, PR и брендингом. В его рамках имидж государства трактуется преимущественно как продукт целенаправленной информационной политики – управленческих стратегий, «мягкой силы» и национального брендинга [4–7]. Государственные институты рассматриваются как активные субъекты, формирующие образ страны посредством медиакампаний, символики, публичной риторики и других инструментов коммуникации.

Подобный подход позволил выработать прикладные рекомендации по улучшению репутации государства и укреплению его «национального бренда», однако имеет и существенные ограничения. Во-первых, историко-культурное содержание образа часто остается вне фокуса: имидж редуцируется до управляемого PR-конструкта, тогда как роль коллективной памяти и укорененных нарративов недооценивается. Во-вторых, внутренний адресат нередко воспринимается как однородная аудитория – население в целом, на которое можно воздействовать единым информационным посылом. Это упрощение игнорирует межгрупповую вариативность восприятия, обусловленную различиями опыта, памяти и травмы. В условиях постконфликтного общества такая вариативность особенно значима: группы населения могут существенно расходиться в оценках прошлого конфликта, доверии к институтам и символах, поэтому единые имиджевые кампании работают неэффективно или даже вызывают отторжение. Таким образом, ориентированные на коммуникационные технологии подходы (национальный брендинг, «мягкая сила» и пр.) дают ценную управленческую оптику, но не учитывают социокультурный контекст. Они описывают имидж как результат целенаправленных действий властей, упуская из виду тот факт, что восприятие государства формируется в динамике общественной памяти и коллективной идентичности.

При этом формирование внутреннего имиджа государства всегда опиралось не только на современные управленческие практики, но и на обращение к историческому наследию и символам. Государственная символика, официальная риторика и историческая политика служат инструментами легитимации, вызывая у граждан эмоции сопричастности и доверия [8]. Еще М. Вебер выделял традицию как один из ключевых источников власти наряду с харизмой и рационально-правовыми нормами, указывая, что именно опора на укорененные обычаи и «вечный порядок вещей» делает режим в глазах общества законным [9]. В переломные эпохи государства нередко прибегают к «изобретению традиций» (Э. Хобсбаум), создавая ритуалы и легенды, претендующие на древность, чтобы укрепить ощущение преемственности с глубокой историей [10]. Такая апелляция к прошлому – универсальная культурно-политическая стратегия, позволяющая соединить идентичность граждан с легитимностью власти. При этом, как отмечал П. Бурдьё, власть в значительной мере символична и проявляется в способности государства навязывать обществу «естественные» интерпретации прошлого и настоящего [11]. Иными словами, государство обладает силой формировать официальную картину прошлого и настоящего, делая ее частью само собой разумеющегося порядка. Это проявляется через государственную историческую политику – поддержку определенных версий истории в образовании, науке, медиа, официальном каноне памятных дат и героев.

Второе направление – *memory studies*, прослеживающееся от классических идей М. Хальбвакса о социальной природе памяти, концепции Я. Ассмана о коммуникативной и культурной памяти до работ П. Нора, Э. Хоскинса и Б. Зелизер о местах памяти и медиапамяти [1; 2; 12; 13]. Эти исследования показали, что память – это динамический социальный процесс, поддерживаемый символами, ритуалами, медиа и институциями, и что именно культурная память играет ключевую роль в формировании коллективной идентичности. Актуальные эмпирические исследования подтверждают, что коллективная память может выполнять функцию не только идентификационного, но и нормативного ресурса. Так, Р.Э. Бараш, анализируя данные опросов и публичных дискурсов, показывает, что память о Великой Отечественной войне в российском обществе продолжает играть роль культурного ядра идентичности, однако в молодежной среде наблюдается разрыв в способах интерпретации прошлого, свидетельствующий о полифонии памяти [14]. Это подчеркивает значимость социологического анализа памяти не только как стабилизатора, но и как источника конфликтных восприятий легитимности.

Наряду с текстами и символами важнейшими механизмами воспроизводства памяти выступают телесные и ритуализированные практики. Как подчеркивает П. Коннертон, общество помнит не только через вербальные формы, но и через телесную память – повторяемые жесты, церемонии, праздники и повседневные ритуалы, которые «впитывают» прошлое в социальное тело [15]. Важнейшей составной частью внутреннего имиджа государства выступает национальная идентичность, конструируемая через нарративы о коллективном прошлом. Б. Андерсон в работе о «воображаемых сообществах» показал, что нация во многом воображается через общую историю, транслируемую через образование, медиа и памятные практики [16]. Государства сознательно участвуют в этом процессе, формируя официальный канон и создавая поводы для совместного символического переживания. Тем самым политика памяти выступает инструментом символической интеграции, но одновременно несет риск искажения истории и маргинализации альтернативных нарративов [17].

Российский контекст также демонстрирует, что интерпретация коллективной памяти выступает важнейшим ресурсом формирования идентичности государства. Как показывает О.Ю. Малинова, рамки коллективной памяти в постсоветской России трансформируются в зависимости от стратегической культуры, формируемой политической элитой: например, история 1990-х гг. переопределяется с либеральной на кризисную, создавая новый нарратив «спасенного государства» [18]. Этот кейс иллюстрирует, как символическая политика памяти задает образ государства как восстановленного порядка вне зависимости от эмпирических оснований, через рамки культурной легитимации.

Обобщенное теоретическое осмысление памяти как социального института предлагает Б. Миштал, подчеркивая ее роль в поддержании социальной связности и легитимации институтов. Память, по Б. Миштал, – не просто воспроизведение прошлого, а инструмент нормализации настоящего, в том числе через институциональное забывание, переключение интерпретаций и борьбу за контроль над повествованием [19]. Это особенно важно в постконфликтных обществах, где конфигурация коллективной памяти напрямую влияет на политическую стабильность и процессы примирения. Ритуалы памяти обеспечивают эмоциональную включенность и «воспроизведение идентичности в действии». В целом культурная память включает коллективно разделяемые нарративы о далеком прошлом, мифы о происхождении, национальные праздники и траурные даты, канонические тексты и образы. Благодаря институциональному воспроизводству (через образовательно-культурную, досуговую, торжественную деятельность) культурная память задает базовые представления о прошлом, обеспечивая чувство преемственности и единства сообщества. Именно она формирует ту символическую рамку, внутри которой складывается образ государства в сознании граждан.

Ни политическая имиджелогия, ни *memory studies*, несмотря на значительный объяснительный потенциал, не дают полноценного инструментария для анализа внутреннего имиджа государства, особенно в условиях постконфликтных трансформаций. Работы по политической коммуникации и брендингу фокусируются преимущественно на управленческих стратегиях и «мягкой» силе, редуцируя внутреннего адресата до однородной аудитории и игнорируя вариативность коллективных воспоминаний и последствия травматического опыта. *Memory studies* детально анализируют социальные механизмы производства и медиатизации памяти, но практически не связывают их с параметрами внутреннего имиджа государства – доверием, легитимностью, чувством сопричастности, принадлежности к группе, – а также с инструментами политического управления и процессами символического воспроизводства

власти. В результате внутренняя проекция образа государства как объекта коллективного представления и символического признания оказывается вне поля системного анализа, а пересечение политики памяти и имиджевых стратегий остается изученным лишь фрагментарно. Восполнение этого теоретико-методологического разрыва и интеграция двух исследовательских направлений в единую рамку анализа составляют задачу настоящего исследования.

Предлагаемая концептуальная модель не только применима в научном анализе, но и имеет прикладное значение для государственных институтов, международных организаций и экспертного сообщества, работающих над преодолением последствий конфликта, формированием доверия к институтам и консолидацией общества. Кроме того, она может быть использована для диагностики механизмов символической легитимации, оценки коммуникативных стратегий власти, помогать выявлять какие элементы культурной памяти обладают консолидационным потенциалом, а какие углубляют раскол, прогнозировать эффективность медийных стратегий и их резонанс с массовым восприятием, формировать практические рекомендации для исторической политики, мемориальных практик, образовательных инициатив и гражданских проектов, направленных на интеграцию общества.

РАЗРАБОТКА ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКОЙ РАМКИ АНАЛИЗА

Методология исследования опирается на интеграцию политической имиджологии, *memory studies* и концепции символической власти П. Бурдьё, что позволяет совместить управленческое, культурное и символическое измерения анализа [11]. Концепция П. Бурдьё позволяет рассматривать имидж государства как результат постоянного воспроизводства символов и нарративов в публичном пространстве. Государство реализует эту власть через контроль над официальной риторикой, систему образования, медиа и национальные символы (флаг, праздники, памятники), закрепляющие «правильное» видение прошлого и настоящего. В постконфликтных обществах, где прямое принуждение ограничено, а легитимность уязвима, значение символической власти особенно возрастает: именно через апелляцию к культурной памяти и архетипам («герой», «жертва», «враг») власть стремится консолидировать общество. Методологически это означает, что ключевым инструментом анализа становятся контент-анализ и интерпретация медиапрактик, символической политики и дискурсивных стратегий, поскольку именно в этих сферах реализуется способность государства формировать устойчивый внутренний имидж.

В настоящем исследовании внутренний имидж государства понимается как совокупность устойчивых представлений граждан о легитимности власти, ее идентичности и месте в историко-культурном контексте. Под легитимностью здесь понимается признание власти как «законной» и соответствующей нормам и ожиданиям общества, под идентичностью – степень совпадения образа государства с коллективными представлениями граждан о том, «кто мы» как политическое и культурное сообщество. Идентичность общества существует во множественном числе (этническая, религиозная, региональная и т. д.), и именно способность государства встроиться в эти идентичности или предложить объединяющий нарратив определяет характер внутреннего имиджа. Таким образом, внутренний имидж формируется через совокупность нарративов, которые соединяют власть и общество, а его устойчивость зависит от того, насколько эти нарративы согласованы. Через такие нарративы культурная память превращается в ресурс символической политики и инструмент формирования внутреннего имиджа государства. В терминах П. Бурдьё это и есть проявление символической власти – способности задавать рамки интерпретации социальной реальности и превращать их в «доксу», то есть неоспариваемые истины, воспринимаемые как самоочевидные [11]. Медиапрактики в данном случае выступают формами репрезентации этих образов в публичном дискурсе – через официальные заявления, средства массовой информации, образовательные и культурные каналы.

Как упоминалось ранее, имидж формируется через механизмы культурной памяти и символической политики. Согласно работам Я. Ассманна, культурная память понимается как долговременные и институционализированные формы воспоминаний, закрепленные в ритуалах, текстах, памятниках и символах, обеспечивающих преемственность поколений [2]. Символическая политика определяется как целенаправленное использование властью ресурсов памяти и риторики для конструирования и институционализации образов прошлого посредством нарратива – структурированного повествования, объединяющего отдельные факты и символы в цельный сюжет, наделенный смыслом и моральной оценкой. Внутренний имидж государства формируется через совокупность нарративов. Его устойчивость определяется

степенью согласованности этих нарративов между собой. Через них культурная память превращается в ресурс символической политики и инструмент формирования внутреннего имиджа государства.

Методологическая стратегия вытекает из поставленных задач и предложенной теоретико-методологической рамки. Работа основывается на качественном междисциплинарном анализе, включающем методы концептуального моделирования, сравнительно-исторического анализа и кейс-стади. Выбор методов исследования напрямую связан с поставленными задачами: теоретический синтез обеспечивает решение первых двух, а кейс-стади и контент-анализ позволяют проверить применимость модели на практике. На первом этапе проведен теоретический синтез: сопоставлены концепции *memory studies* и политической науки, что позволило выделить ключевые категории (память, имидж, легитимность, идентичность, символическая власть) и установить причинно-следственные связи между ними. Эти взаимосвязи легли в основу разработанной концептуальной модели внутреннего имиджа государства, представленной в виде теоретико-методологической рамки анализа. Обращение к П. Бурдьё здесь непосредственно определяет выбор методов: если символическая власть реализуется через институционализацию нарративов и символов, то адекватным инструментом анализа выступает контент-анализ официальных документов, риторики и символических практик государства. Таким образом, теория и метод связаны напрямую: анализ медиапрактик и дискурсивных стратегий позволяет выявить механизмы символической легитимации.

На втором этапе модель была апробирована на примере Афганистана после прихода к власти движения «Талибан» в 2021 г. В рамках кейс-стади проведен контент-анализ официальных символов, риторики и политических решений нового режима, интерпретируемых через призму предложенной модели. Такой подход позволил продемонстрировать, как культурные нарративы и символическая политика соотносятся с задачами легитимации власти и формированием внутреннего имиджа государства.

Следует оговорить ограничения. Предлагаемая рамка носит универсально-теоретический характер, но ее реализация зависит от конкретного культурно-исторического контекста. Применение модели к кейсу Афганистана носит иллюстративный характер – полноценная эмпирическая проверка потребовала бы более обширных данных (например, социологических опросов об отношении населения к тем или иным историческим нарративам). Тем не менее даже ограниченный материал позволяет выявить основные механизмы и подтвердить эвристическую ценность предложенной концептуальной схемы.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Разработанная концептуальная модель отражает ключевые элементы и взаимосвязи, посредством которых культурная память влияет на внутренний имидж государства в постконфликтном обществе (см. рис.). В ее центре – треугольное взаимодействие между государством, обществом и культурной памятью, разворачивающееся в условиях постконфликтного контекста.

Еще раз важно подчеркнуть, что постконфликтный контекст делает символическую власть особенно значимой. В условиях дефицита доверия и ограниченности прямого принуждения государство вынуждено опираться прежде всего на символы, риторику и память. По П. Бурдьё, именно здесь наиболее ясно проявляется власть как способность конструировать смысл, а не только контролировать ресурсы. Для постконфликтного общества любое слово о прошлом приобретает политический вес: риторика «жертвы», «врага» или «героя» становится инструментом легитимации или, напротив, источником новых расколов. Таким образом, постконфликт усиливает значение символического измерения власти, превращая медиапрактики и памятные акты в ключевые механизмы политической консолидации.

Культурная память выступает источником смыслов и легитимирующих нарративов, которыми государственная власть наполняет собственную политику. Она содержит потенциальные «ресурсы легитимации»: власть может актуализировать определенные символы, события и фигуры, чтобы встроить себя в признанный коллективной памятью сюжет. Например, новый режим может объявить себя наследником борьбы за независимость или исполнителем заветов национальных героев. Используя понятийный аппарат П. Бурдьё, мы можем заключить, что именно в этих практиках проявляется символическая власть: власть не просто транслирует факты, а закрепляет за ними определенный смысл и моральную оценку, добиваясь того, чтобы они воспринимались обществом как самоочевидные и не требующие доказательств.

Такая интерпретация позволяет увидеть, что именно закрепление смысла за символами превращает культурную память в основу формирования имиджа государства. Если государству удалось встроить себя в коллективную память через убедительные символы и нарративы, внутренний имидж будет

позитивным: власть воспринимается как «своя», легитимная и основанная на общих ценностях. Конкретными показателями служат доверие к институтам, лояльность к политическому курсу, готовность к участию в государственных инициативах. Параметры устойчивого внутреннего имиджа различаются в зависимости от типа политического и культурного контекста, но во всех случаях они связаны с доверием и готовностью населения принимать интерпретацию власти как «естественный порядок вещей».



Составлено автором по материалам исследования

Рисунок. Теоретико-методологическая рамка анализа внутреннего имиджа постконфликтного государства через призму культурной памяти (авторская схема)

В демократических обществах это проявляется в поддержке избирательных процедур, соблюдении законов, готовности платить налоги и доверии к государственным средствам массовой информации. В постконфликтных традиционных обществах на примере Афганистана показатели легитимности носят иной характер: признание власти как «своей» (по этнической, религиозной или клановой линии), участие в деятельности традиционных институтов (джирга, шура), подчинение адату или шариату как истинным источникам права, проявление уважения к старейшинам и религиозным авторитетам. Если же память о прошлом осталась расколотой, внутренний имидж приобретает поляризованный характер: одни группы будут воспринимать власть как легитимную, другие – как узурпаторскую. В результате имидж государства становится полем конкуренции, что ведет к риску политической фрагментации, углублению социальных расколов и даже возобновлению конфликта, поскольку конкурирующие нарративы о прошлом могут становиться основой для мобилизации против власти. Важно подчеркнуть, что даже реальные политические шаги власти (экономическая политика, уровень безопасности, права граждан) влияют на образ государства, но почти всегда преломляются через символическую рамку: трудности оправдываются «наследием войны» или «внешними врагами», успехи – сравниваются с «героическим прошлым».

Государство транслирует имиджевые нарративы через реализацию символической политики, используя медиапрактики как ключевые инструменты закрепления памяти. Речь идет о разнообразных формах репрезентации:

- образовательные программы и учебники закрепляют «канон» прошлого;
- традиционные средства массовой информации (газеты, радио, телевидение) транслируют официальные речи и символические церемонии;
- массовая культура – кино, литература, популярные жанры – формирует эмоционально насыщенные образы героев и врагов;
- цифровые платформы и социальные сети обеспечивают постоянное воспроизводство нарратива в повседневной коммуникации.

Тем самым медиапрактики обеспечивают многоуровневое воспроизводство нарратива: на институциональном, массовом и повседневном уровнях.

Стоит подчеркнуть, что общество обладает собственной коллективной идентичностью и культурной памятью, которые структурируют восприятие государственного нарратива. Память о недавних событиях в условиях конфликта обычно расколота: у разных этнических, религиозных или политических групп существуют конкурирующие версии прошлого. В связи с этим общество нельзя рассматривать как пассивного получателя официальной риторики: в нем существуют альтернативные нарративы, способные резонировать с официальной линией либо вступать с ней в конфликт. Символическая власть государства проявляется здесь в том, чтобы добиться признания своей версии прошлого как само собой разумеющейся. Если это удастся, формируется относительное единство идентичности и укрепляется представление о государстве как о легитимном хранителе «наследия предков».

Наконец, данная модель учитывает и обратные связи. Восприятие внутреннего имиджа государством влияет на его последующую политику: признание или отторжение нарратива обществом корректирует выбор символических стратегий. Кроме того, сформированный имидж постепенно интегрируется в культурную память: повторение официальных интерпретаций и их закрепление в ритуалах и медиа делают их частью коллективной памяти общества, из которой государство черпает новые нарративы. Таким образом, предложенная рамка демонстрирует, что в постконфликтных условиях внутренний имидж государства формируется прежде всего через механизмы символической власти: официальные интерпретации прошлого, закрепляемые в памяти и ритуалах, оказываются более действенными, чем прямое принуждение, а сам процесс носит циклический характер, вовлекая государство, общество и культурную память в постоянное воспроизводство легитимирующих нарративов.

ПРИМЕНЕНИЕ МОДЕЛИ: КЕЙС АФГАНИСТАНА

Для проверки эвристической ценности предложенной модели рассмотрим кейс современного Афганистана, где в августе 2021 г. движение «Талибан» вновь пришло к власти. Этот пример показателен, поскольку демонстрирует, как в условиях постконфликтного контекста символическая власть становится ключевым инструментом конструирования внутреннего имиджа государства.

Первым шагом талибов стала символическая переориентация коллективной памяти через замену государственных символов. Трехцветный национальный флаг Афганской Республики был отвергнут и заменен однотонным белым полотнищем с шахадой (исповеданием веры). Этот флаг, по заявлениям представителей движения, отсылает к знаменам пророка Мухаммада и символизирует чистоту ислама и единство уммы [20]. Здесь ярко проявляется использование культурной памяти как ресурса легитимации: новый режим вписывает себя в признанный и претендующий на универсальность религиозно-исторический сюжет.

Одновременно были отвергнуты атрибуты прежнего режима, интерпретированные как «чуждые» и «навязанные извне». Так, государственный гимн 2004 г. был запрещен, поскольку его музыкальное сопровождение признали противоречащим шариату. Вместо него был введен напид – религиозное песнопение без инструментов, прославляющее павших шахидов и утверждающее темы Родины, храбрости и мученичества¹. Этот новый гимн как элемент нарратива закрепляет образ талибов как «освободителей», завершивших многовековую борьбу с захватчиками. Старый гимн и флаг, напротив, демонизировались как символы иностранного влияния и «оскорбления памяти павших». Тем самым символическая политика напрямую реализует стратегию «общего врага», характерную для постконфликтного общества.

Помимо символов, важную роль сыграла политика памяти. Национальные праздники были переориентированы: вместо дня независимости от британского протектората акцент сместился на вывод советских войск и «победу над Соединенными Штатами Америки» в 2021 г. В образовательной сфере талибы начали переработку учебников истории, исключая нарративы, которые принижают их движение или возвышают прозападное правительство [21]. Тем самым создается новый исторический нарратив, встраивающий последние события в цепь освободительных джихадов Афганистана. Он апеллирует к коллективной травме – многолетнему опыту войн – и предлагает утешительный смысл: жертвы не были напрасны, они вписаны в священную борьбу за очищение страны. Это соответствует логике модели: культурная память перерабатывается в нарратив, обеспечивающий легитимацию.

¹ Oates L. What Does a Taliban School Curriculum Look Like? Режим доступа: <https://thediplomat.com> (дата обращения: 27.12.2025).

Следует подчеркнуть, что внутренний имидж правительства «Талибана» формируется в контексте уже существовавшей, но условной легитимности – легитимности, основанной на сопротивлении иностранному присутствию и мобилизации религиозного дискурса, а не на консенсусе между этнически разнообразным населением Афганистана [21]. Даже при наличии доминантного проекта исламско-национальной идентичности рецептивные вариации и контрнарративы продолжают существовать. Культурная память об ужасах гражданской войны и первом Эмирате мешает достижению внутренней легитимности: талибам не удается стать «народной властью» для всех слоев и национальных меньшинств.

Если проанализировать ситуацию через призму предложенной рамки, видно, что государство-«Талибан» активно эксплуатирует культурную память (религиозно-исторические мифы) и навязывает обществу собственный нарратив, однако само общество не является гомогенным: значительная его часть опирается на иную память и идентичность, не встроенную в предложенную мифологию. Такая ситуация подтверждает вывод о том, что в постконфликтном обществе единый внутренний имидж государства трудно сформировать, если культурная память расколота: конкурирующие нарративы не только блокируют символическую консолидацию, но и создают основу для политической фрагментации и возможной мобилизации против власти.

Афганский кейс иллюстрирует все элементы предложенной рамки:

- государство задействует культурную память (флаг Пророка, нашивки, календарь праздников);
- через символическую политику и медиапрактики формирует нарратив о своей «освободительной миссии»;
- общество отвечает в зависимости от своей памяти – где-то поддержкой, где-то сопротивлением;
- постконфликтный контекст усиливает значимость символической власти, поскольку прямое принуждение ограничено;
- результатом становится противоречивый внутренний имидж, отражающий раскол культурной памяти.

Анализ через призму модели показывает: проблема легитимности режима кроется не только в экономическом кризисе или отсутствии международного признания, но и в непреодоленном разрыве коллективной памяти, который препятствует формированию единого имиджа государства.

Этот пример позволяет перейти к более общему обсуждению значимости предложенной модели. Новизна рамки состоит в том, что она соединяет инструменты *memory studies* и политической науки, рассматривая государство как активного актора, конструирующего нарративы легитимации из материалов культурной памяти. Общество в этой модели понимается не как пассивный объект, а как носитель множественных «памятей», принимающий или отвергающий государственные нарративы. Такой подход восполняет выявленный в обзоре литературы разрыв между исследованиями памяти и политологическими теориями легитимности: если прежде они развивались раздельно, то здесь они сведены в целостную модель анализа.

Практическая применимость рамки подтверждена анализом Афганистана: он показал, что успешность или провал легитимационных усилий власти напрямую зависят от того, насколько инклюзивным и резонансным для общества оказывается предлагаемый образ прошлого. Там, где власть находит общий знаменатель памяти (например, всеобщее почитание героев борьбы за независимость), формируется позитивный внутренний имидж. Однако, если государственный нарратив вступает в противоречие с воспоминаниями значительных групп, легитимность власти и консолидация разных социальных групп вокруг нее остается шаткой. Следовательно, модель позволяет не только описывать, но и объяснять причины провалов в политике памяти, указывая, что диссонанс между властью и обществом в сфере символов подрывает имидж государства.

С научной точки зрения данный подход открывает пространство для дальнейшей конвергенции *memory studies* и исследований государственного строительства в условиях постконфликта. Он демонстрирует, что категории «память», «идентичность» и «легитимность» могут быть соединены в рамках единого анализа. Применительно к постконфликтным обществам это особенно важно: мирное развитие здесь зависит не только от экономики и институтов, но и от символической реинтеграции – создания общей памяти и образа государства, приемлемого для всех граждан.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В настоящем исследовании разработана и апробирована теоретико-методологическая рамка анализа внутреннего имиджа государства через призму культурной памяти. Поставленные цели и задачи исследования достигнуты: удалось показать, что внутренний имидж государства формируется не только посредством управленческих и PR-технологий, но и в результате сложного взаимодействия власти и общества на уровне нарративов, символов и коллективной памяти.

Основной научный вклад исследования заключается в восполнении разрыва между двумя направлениями – политической имиджологией и *memory studies*. Если первые фокусировались преимущественно на стратегиях брендинга, а вторые – на механизмах воспроизводства памяти и идентичности, то предложенная модель интегрирует оба подхода. Она позволяет рассматривать внутренний имидж государства как результат символической политики и медиапрактик, воздействующих на общество через культурную память и формирующих легитимность власти.

Практическая ценность предложенной рамки продемонстрирована на примере Афганистана после 2021 г. Анализ показал, что усилия «Талибана» по легитимации своей политики строятся на апелляции к религиозно-историческим мифам и символам, но из-за расколотой памяти общества внутренний имидж нового режима остается противоречивым и фрагментированным. Это подтверждает ключевое положение модели: устойчивый внутренний имидж возможен только в том случае, если государственный нарратив интегрирует различные элементы культурной памяти и учитывает идентичность разных социальных групп.

Значение полученных результатов заключается в том, что они открывают перспективы для дальнейших исследований. Во-первых, предложенная рамка может быть применена к анализу других постконфликтных кейсов и сравнительных исследований разных режимов. Во-вторых, она задает методологическую основу для изучения соотношения памяти, идентичности и легитимности в политике. В-третьих, она может быть использована в практических инициативах, от разработки программ примирения и исторической политики до образовательных стратегий, направленных на укрепление доверия к институтам.

Список литературы

1. Хальбвакс, М. Коллективная и историческая память / М. Хальбвакс // Неприкосновенный запас. – 2005. – № 2-3.
2. Assmann, J. Communicative and Cultural Memory / J. Assmann // Meusburger, P., Heffernan, M., Wunder, M. Cultural Memories. The Geographical Point of View (Knowledge and Space 4). – Dordrecht; Heidelberg; London; New York, 2011. – Pp. 15–27.
3. Boschung, D. Indigenous Pasts and the Roman Present / D. Boschung, A. W. Busch, M. J. Versluys // Reinventing “The Invention of Tradition”? – 2015. – 268 p.
4. Nye, J. Soft Power: The Means to Success in World Politics / J. Nye. – New York: PublicAffairs, 2005. – 191 p. – DOI 10.30965/9783846759691_002.
5. Anholt, S. Places: Identity, Image and Reputation / S. Anholt. – London: Palgrave Macmillan, 2009. – 168 p.
6. Сагалаева, С. С. Имидж государства: сущность и подходы к определению / С. С. Сагалаева // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Общественные науки. – 2020. – № 2(839). – С. 43–54. – EDN RHXVVY.
7. Давыборец, Е. Н. Классификация технологий имиджа государства / Е. Н. Давыборец, О. В. Кузьмина, С. А. Мефодьева // Вестник Забайкальского государственного университета. – 2016. – Т. 22, № 5. – С. 60–66. – EDN VYTYRT.
8. Саушкина, М. С. К вопросу о месте государственной символики в исторической политике / М. С. Саушкина // Российский социально-гуманитарный журнал. – 2025. – № 2. – DOI 10.18384/2224-0209-2025-2-1603. – EDN OKZVUP.
9. Вебер, М. Хозяйство и общество: очерки понимающей социологии. Социология / М. Вебер. – Москва: Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», 2016. – 448 с. – ISBN 978-5-7598-1513-6. – EDN XZ.
10. Hobsbawm, E. The Invention of Tradition / E. Hobsbawm, T. Ranger. – Cambridge: Cambridge University Press, 1983. – 320 p. – ISBN 0-521-24645-8.
11. Bourdieu, P. Symbolic Power / P. Bourdieu // Language and Symbolic Power. – Cambridge: Harvard University Press, 1991. – Pp. 163–170.
12. Nora, P. Between Memory and History: Les Lieux de Memoire / P. Nora // Fabre, G., O’Meally, R. (eds.) History and Memory in African-American Culture. – Oxford: Oxford University Press, 1994. – Pp. 284–300.
13. Hoskins, A. (ed.) Digital Memory Studies: Media Pasts in Transition / A. Hoskins. – London; New York: Routledge, 2017. – 356 p. – DOI 10.4324/9781315637235.
14. Бараш, Р. Э. Историческая память как ценностное основание гражданской идентичности российского общества 2020-х гг / Р. Э. Бараш // Социум и власть. – 2024. – № 4(102). – С. 116–132. – DOI 10.22394/1996-0522-2024-4-116-132. – EDN EYLXLW.
15. Connerton, P. How Societies Remember. Themes in the Social Sciences / P. Connerton. – Cambridge: Cambridge University Press, 1989. – 121 p. – DOI 10.1017/CBO9780511628061.

16. Anderson, B. *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism* / B. Anderson. – London; New York: Verso, 2006. – 240 p.
17. Корнющенко-Ермолаева, Н. С. Сакрализация коллективной памяти как способ идеологического освоения прошлого в эпоху метамодерна / Н. С. Корнющенко-Ермолаева // Векторы благополучия: экономика и социум. – 2023. – Т. 50, № 3. – С. 139–152. – DOI 10.18799/26584956/2023/3/1615. – EDN VKTMVC.
18. Малинова, О. Ю. Стратегическая культура и фреймы коллективной памяти (на примере постсоветской России) / О. Ю. Малинова // Вестник Пермского университета. Политология. – 2018. – № 1. – С. 75–91. – EDN XSANYD.
19. Misztal, B. *Theories of Social Remembering* / B. Misztal. – Open University Press, 2003. – 168 p.
20. Malik, T. The Epistemicide in Afghanistan: An Analysis of Taliban's Policies Towards National and Cultural Symbols / T. Malik, F. Jan, Z. Ullaz // *Liberal Arts & Social Sciences International Journal (LASSIJ)*. – 2023. – No. 7(7). – DOI 10.47264/idea.lassij/7.2.4.
21. Мачитидзе, Г. Г. Специфика афганской идентичности в условиях глобализации / Г. Г. Мачитидзе // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Международные отношения. – 2024. – Т. 24, № 4. – С. 508–519. – DOI 10.22363/2313-0660-2024-24-4-508-519. – EDN LSYOBR.

References

1. Halbwachs, M. (2005). *Collective and Historical Memory. Neprikosnovennyi zapas, 2-3.* (In Russian).
2. Assmann, J. (2011). *Communicative and Cultural Memory*. In: Meusburger, P., Heffernan, M., & Wunder, M. *Cultural Memories. The Geographical Point of View (Knowledge and Space 4)*. Dordrecht; Heidelberg; London; New York.
3. Boschung, D., Busch, A. W., & Versluys, M. J. (2015). *Indigenous Pasts and the Roman Present*. In: *Reinventing "The Invention of Tradition"?*
4. Nye, J. (2005). *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York: PublicAffairs. https://doi.org/10.30965/9783846759691_002
5. Anholt, S. (2009). *Places: Identity, Image and Reputation*. London: Palgrave Macmillan.
6. Sagalaeva, S. S. (2020). The image of the state: essence and approaches to definition. *Vestnik Moscow State Linguistic University. Social Studies*, 2(839), 43–54. (In Russian).
7. Davyborets, E. N., Kuzmina, O. V., & Mefodyeva, S. A. (2016). Classification of state image technologies. *Vestnik Baikal State University*, 22(5), 60–66. (In Russian).
8. Saushkina, M. S. (2025). On the place of state symbols in historical policy. *Russian Social and Humanitarian Journal*, 2. (In Russian).
9. Weber, M. (2016). *Economy and Society: Essays in Interpretive Sociology. Vol. 1: Sociology*. Moscow: Higher School of Economics Publ. House. (In Russian).
10. Hobsbawm, E., Ranger, T. (1983). *The Invention of Tradition*. Cambridge: Cambridge University Press.
11. Bourdieu, P. (1991). *Symbolic Power*. In: *Language and Symbolic Power*. Cambridge: Harvard University Press.
12. Nora, P. (1994). *Between Memory and History: Les Lieux de Memoire*. In: Fabre, G., O'Meally, R. (eds.) *History and Memory in African-American Culture*. New York; Oxford: Oxford University Press.
13. Hoskins, A. (ed.) (2017). *Digital Memory Studies: Media Pasts in Transition*. London; New York: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315637235>.
14. Barash, R. E. (2024). Historical Memory as a Value-Based Foundation of Civic Identity in Russian Society of the 2020s. *Society and Power*, 4, 116–132. (In Russian).
15. Connerton, P. (1989). *How Societies Remember. Themes in the Social Sciences*. Cambridge: Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511628061>
16. Anderson, B. (2006). *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. London; New York: Verso.
17. Korniyushenko-Ermolaeva, N. S. (2023). Sacralization of collective memory as a means of ideological appropriation of the past in the era of metamodern. *Vectors of Well-Being: Economy and Society*, 50(3), 139–152. (In Russian).
18. Malinova, O. Y. (2018). Strategic Culture and the Frames of Collective Memory (the Case of Post-Soviet Russia). *Perm University Herald. Political Science*, 1, 75–91. (In Russian).
19. Misztal, B. (2003). *Theories of Social Remembering*. Open University Press.
20. Malik, T., Jan, F., & Ullah, Z. (2023). The Epistemicide in Afghanistan: An Analysis of Taliban's Policies Towards National and Cultural Symbols. *Liberal Arts & Social Sciences International Journal (LASSIJ)*, 7(7). <https://doi.org/10.47264/idea.lassij/7.2.4>
21. Machitidze, G. G. (2024). Specific features of Afghan identity under globalization. *RUDN Journal of International Relations*, 24(4), 508–519. (In Russian). <https://doi.org/10.22363/2313-0660-2024-24-4-508-519>