

Секция «Политические науки»

**Имидж главы государства как инструмент государственной
информационной политики**

Рощей ИВАН Владимирович

Студент

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет
политологии, Москва, Россия
E-mail: cavingarnett@mail.ru*

Важность информационной сферы в обеспечении социальной стабильности общества и его духовного развития, а также необходимость противодействия деструктивным информационным воздействиям, предопределяют интерес ученых к государственной информационной политике, ее методам и инструментам. К самому понятию «государственная информационная политика» (ГИП) принято подходить с двух разных сторон. Ряд исследователей подчеркивает технологическую составляющую информационной политики как целенаправленной деятельности государства по информатизации и компьютеризации всех сфер жизнедеятельности государства, общества и человека. Такое понимание нашло отражение в Концепции информационной политики РФ, где к главным целям ГИП относят построение информационного общества и вхождение в мировое информационное пространство[1]. Другие ученые обращают внимание и на социально-политический аспект. Известный российский ученый Соловьев А.И. отмечает, что, помимо «технической составляющей информационной политики государства, она включает также процесс информационного решения задач в различных отраслях общественной жизни»[2]. Очевидно, что ограничиваться лишь одной точкой зрения нельзя. Наиболее оптимальным будет определение ГИП как воздействия участвующих в реализации политических решений в информационной сфере институтов и СМИ на общественное мнение, массовое сознание, потребности и установки, а также техническую сферу в целях достижения устойчивого развития общества государства, модернизации всех сфер его жизни, получения политической поддержки и реализации собственных властных интересов.

Цели и задачи, которыми движима ГИП определяются в соответствии с национальными интересами страны. Под ними понимаются осознанные потребности государства, определяемые экономическими и геополитическими отношениями данного государства в данную эпоху, культурно-историческими традициями и т.д. Процесс реализации ГИП затрагивает такие фундаментальные интересы, как общественное развитие и модернизацию информационно-телекоммуникационной инфраструктуры, формирование ценностей и установок в обществе, защиту от негативного информационного воздействия и обеспечение информационной безопасности. Также в число задач ГИП входит информационное обеспечение государственной политики и создание позитивного имиджа государства внутри страны и за ее пределами, обеспечение права граждан на свободный доступ к информации.

Важнейшими критериями эффективности информационной политики называются «постоянное присутствие в информационном пространстве главы государства и высокая степень персональной ответственности за деятельность своих PR-служб, оповещающих население о целях и действиях властей»[3]. Это способствует повышению прочности

контактов власти с населением, приданию системности освещению деятельности государственных структур в СМИ. Особая роль здесь принадлежит имиджу главы государства, который является своеобразной призмой, через которую аудиториями рассматривается поступающая от него информация.

Государственная информационная политика, среди прочего, направлена на создание условий получения гражданами информации, удовлетворяющей их базовые потребности и интересы. Постоянное присутствие в информационном пространстве главы государства как раз направлено на создание этих условий, поскольку любая имиджевая концепция ориентирована на удовлетворение запроса в обществе и массовых ожиданий. Отмечается, что «конструируемый виртуальный образ субъекта может не отражать его реальные характеристики, но он с необходимостью должен отражать востребованные целевыми аудиториями имиджевые характеристики»[4]. Помимо этого, важнейшими функциями имиджа, также как и ГИП, являются функции формирования общественного мнения и коммуникативная функция. А значит, продвигая или изменяя имидж политика, можно добиться решения значимых для государственной информационной политики задач.

Немалое значение приобретает имидж лидера государства в рамках ГИП на мировой арене. Именно образ главы государства является одним из важнейших имиджеобразующих факторов для страны. Во-первых, межгосударственные отношения являются одновременно и межличностными[5]. То есть глава государства является его «лицом», имидж которого непосредственно влияет на восприятие страны. Его имидж более динамичен, нежели сам имидж государства, а значит благодаря ему в процессе реализации ГИП появляется возможность оперативно откликнуться на изменение ситуации и предпочтений целевых аудиторий. Глава государства имеет возможность в результате своей деятельности либо менять сами условно-динамичные характеристики имиджа государства, такие как инвестиционный или инновационный климат, морально-нравственные аспекты развития общества, либо менять их восприятие в процессе собственного позиционирования. Во-вторых, государство - лишь теоретический конструкт и его образ, формируется в первую очередь непосредственно через представление субъекта политики. Так, исследователи имиджа государства Киселев И.Ю и Смирнова А.Г. подчеркивают, что образ государства - это «совокупность представлений руководства страны о национальной идентичности, статусе и роли страны на международной арене»[6]. В таком случае имидж государства будет обозначать результат самопрезентации России, а точнее ее представителей, на международной арене.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод о том, что имидж главы государства является действительно значимым инструментом, который способствует эффективному проведению государственной информационной политики и достижению ее задач. Среди них можно выделить формирование благоприятного имиджа государства, в котором имидж политика является важной составляющей; достижение эффективного взаимодействия между обществом и государственной властью как внутри страны, так и на наднациональном уровне; формирование благоприятных установок и предпочтений населения и мировой общественности для решения задач, стоящих перед государственной информационной политикой.

Литература

Конференция «Ломоносов 2014»

- 1 Концепция государственной информационной политики: Проект / Коллектив авторов. – М.: ИСА РАН, 1998.
- 2 Политические коммуникации: Учеб. пособие для студентов вузов / [Петрунин Ю. Ю. и др.]; под ред. А. И. Соловьева. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 332 с.
- 3 Политические коммуникации: Учеб. пособие для студентов вузов / [Петрунин Ю. Ю. и др.]; под ред. А. И. Соловьева. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 332 с.
- 4 Управления современными политическими кампаниями: Учебное пособие для ВУЗов / С.В. Володенков. - М.: Издательство Московского университета, 2012. - 312 с.
- 5 Гозман Л.Я. Психология в политике от объяснения к воздействию. // Политическая психология. Хрестоматия. / Сост. Е. Шестопап. – М., 2006., С. 20-41
- 6 Киселев И.Ю, Смирнова А.Г. Динамика образа государства в международных отношениях - СПб.: изд-ва С.-Петербур. ун-та, 2003г. 376 с.