

Секция «Национальные интересы и национальная безопасность России в условиях глобальных вызовов»

Имиджевая политика России как фактор обеспечения её национальных интересов на международной арене

Научный руководитель – Селезнёва Антонина Владимировна

Коржова Екатерина Олеговна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет политологии, Кафедра социологии и психологии политики, Москва, Россия

E-mail: 9eka99@gmail.com

Актуальность исследования особенностей внешней имиджевой политики России в настоящее время определяется всевозрастающей значимостью информационного ресурса в международной политике и международных отношениях. Имиджевая стратегия государства в современном мире определяет тот ценностно-идеологический посыл, который государство привносит в мировое сообщество за счёт использования различных каналов коммуникации и передачи информации. Таким образом, эффективная внешняя политика невозможна без формирования чёткой имиджевой стратегии и наличия ресурсов её реализации на международной арене.

Степень эффективности имиджевой стратегии государства на международной арене измеряется степенью её воздействия на ценности и установки политико-управленческих кругов и простых граждан других государств. Эффективно сформированный и транслируемый во внешнюю среду имидж способен оказывать влияние не только на положение государства в международно-политической системе, но и на отношение граждан других государств к субъекту имиджа. Данное обстоятельство представляется особо значимым, поскольку общественное мнение в современных демократических государствах способно играть весьма значимую роль в процессе принятия внешнеполитических решений. Таким образом, формирование эффективного имиджа России, а также эффективных каналов его трансляции способно обеспечивать национальные интересы России на международной арене за счёт формирования устойчивых позитивных установок в отношении РФ.

Понятие национальных интересов государства является ключевым для понимания целей его деятельности на международной арене, в том числе и целей формирования имиджевой стратегии. Соответственно, эффективная имиджевая стратегия государства всегда должна быть соотнесена с реальными конечными целями его внешней политики, то есть национальными интересами на международной арене.

Анализ имиджевой политики России в данном исследовании проводился нами в двух основных аспектах: мы исследовали эффективность самого имиджевого конструкта, транслируемого во внешний мир, с точки зрения его когнитивного, аффективного и поведенческого содержания, а также эффективность каналов трансляции данного имиджа.

Следует отметить, что вопрос о формировании имиджевой стратегии России на сегодняшний день является активно обсуждаемым как среди политологов, так и российских политиков. Имиджевый аспект занимает не последнее место в действующей Концепции внешней политики РФ от 2016 г. В качестве приоритетных целей РФ на международной арене обозначены в том числе «усиление роли России в мировом гуманитарном пространстве» и «укрепление позиций российских СМИ и СМК в глобальном информационном пространстве». Таким образом, во властных кругах на сегодняшний день существует понимание необходимости использования информационного и имиджевого ресурсов на международной арене.

Проблема «гибридных войн», с которыми Российская Федерация столкнулась в последнее десятилетие, ещё более актуализировала вопрос формирования внешнеполитического имиджа РФ. В условиях информационно-коммуникативной гегемонии в рамках глобального информационного пространства фактически одной ценностно-идеологической модели представляется крайне значимым формирование привлекательной имиджевой стратегии не только для самопозиционирования на международной арене, но и для сохранения собственного информационного суверенитета РФ.

В ходе проделанной работы мы пришли к выводу, что в условиях информационной войны, проводимой рядом государств в отношении Российской Федерации, необходимо формирование эффективной имиджевой стратегии с точки зрения её содержания, в особенности, это касается ценностного аспекта имиджа, а также развитие информационно-коммуникативной инфраструктуры РФ с целью повышения числа и эффективности каналов трансляции имиджа в международную среду.

Источники и литература

- 1) Гравер А.А. Образ, имидж и бренд страны: понятия и направления исследования. // Вестник Томского Государственного Университета. Философия. Социология. Политология, 2012. № 3
- 2) Грачёв Г.В., Мельник И.К. Манипулирование личностью: организация, способы и технологии информационно-психологического воздействия. [Электронный ресурс] URL:<http://www.evartist.narod.ru/text3/72.htm>
- 3) Киселев И.Ю. Проблема образа государства в международных отношениях: конструктивистская парадигма [Электронный ресурс] URL:<http://www.politex.info/content/view/367/30>
- 4) Киселев И.Ю., Смирнова А.Г. Образ государства как фактор принятия внешнеполитических решений // Полис, 2004. №4
- 5) Маклюен М. Понимание Медиа. М.: «Жуковский» «Канон-пресс-Ц», 2004. [Электронный ресурс] URL:http://yanko.lib.ru/books/cultur/mcluhan-understanding_media=ann.ht
- 6) Манн С. Управляемый хаос и стратегическое мышление. [Электронный документ] URL: <http://spkurdyumov.ru/what/mann/>
- 7) Пищева Т.Н., Виноградова Н.С., Недова А.Д. Образ России под углом зрения политических коммуникаций. [Электронный документ] URL:<http://www.politstudies.ru/files/File/2010/4/9.pdf>
- 8) Тоффлер Э. Третья волна. М.: Изд-во АСТ, 2004.
- 9) Шестопал Е.Б. Образы наций, лидеров и государств. М.: Аспект Пресс, 2008.
- 10) Чихарев И. Умная мощь в арсенале мировой политики. [Электронный документ] URL: <http://www.intertrends.ru/twenty-fifth/011.htm>
- 11) Morgenthau H. Politics among Nations: The Struggle for Power and Peace, 4th ed., New York: Alfred A. Knopf, 1967.
- 12) Nye J. (1990), Bound to lead: The changing nature of american power. [Электронный документ] URL: <http://www.kropfpolisci.com/exceptionalism.nye.pdf>
- 13) Nye Jr., Joseph S., In Mideast, the goal is 'smart power', Boston Globe, 2006.