

Секция «Политическая коммуникация в современном мире»

Новые информационно-коммуникационные технологии в рамках имиджевой политики государства

Беленкова Лариса Михайловна

Аспирант

Академия управления при Президенте Республики Беларусь, Минск, Беларусь

E-mail: belenkova.larisa77@gmail.com

Многие исследователи справедливо подчеркивают, что государственная информационная политика должна рассматриваться комплексно «как деятельность государства по налаживанию информационных отношений с различными субъектами коммуникативного пространства в парадигме «власть - общество» (Устинович, 2015, с. 30).

В зависимости от стоящих перед государством задач, его деятельность в информационной сфере осуществляется по определенным направлениям. В их числе, наряду с обеспечением информационной безопасности, медиаполитикой и другими, - *имиджевая политика и политика в области информатизации.*

Нельзя не согласиться, что исследование последней сегодня должно находиться в центре внимания политологической науки, в связи с особой ролью информационных технологий для перехода на новый качественный уровень организации и осуществления государственного управления. [3, с. 30]

Продуктивное использование *информационно-коммуникационных технологий* в области государственного управления как главного средства политики информатизации - одна из первоочередных задач для огромного количества стран. Все они вовлечены в процесс создания «электронного правительства», концепция которого побуждает к использованию новых возможностей, открывающихся информационно-коммуникационными технологиями.

Однако, анализ реализации государственной политики в сфере информационных технологий, являющихся инструментом социально-экономического развития и повышения эффективности национальной экономики, дает возможность вырабатывать предложения по совершенствованию не только информационной политики государства в целом, но и имиджевой политики в частности.

Имиджевая политика государства представляет собой информационную политику, направленную на создание, поддержание и продвижение имиджа страны как внутри, так и за ее пределами, с использованием различных коммуникативных и политических технологий с опорой на средства массовой информации. [5, с. 15]

Исходя из данной трактовки, очевидно, что главным инструментом построения имиджа государственной власти являются политические *информационно-коммуникативные технологии.*

Таким образом, можно констатировать, что информационная политика государства предполагает включение и использование как *информационно-коммуникационных технологий*, так и *информационно-коммуникативных* (далее - ИКЦТ и ИКТТ соответственно).

Следует обратить внимание, что довольно часто в научных исследованиях происходит смешение этих двух понятий. Так, например, можно встретить следующее утверждение: «... информационно-коммуникационные технологии представляют собой различные виды политико-информационных действий, инициированных СМИ и направленных на формирование имиджа политика или разрушение такового» (Нефеденкова, 2012, с. 8). Такой тезис, безусловно, имеет право на существование (если рассматривать ИКЦТ в самом

широком смысле), однако, скорее всего, в данном случае речь идет о технологиях коммуникативных.

ИКТТ - технологии гуманитарные, социальные. Они являются основным инструментом реализации имиджевой политики. В условиях современного общества большая часть коммуникативных технологий осуществляется на базе ИКЦТ. ИКЦТ - технические средства, ключевые технологии процесса информатизации.

В последнее время в литературе отстаивается точка зрения, согласно которой следует выделять в отдельную категорию так называемые «новые ИКЦТ». Так, под этим термином предлагается понимать совокупность информационных процессов и методов коммуницирования в обществе, осуществляемых с применением передовых средств технической связи и созданных на их основе инновационных социальных форм общения между властью и обществом. Сюда включаются «Электронное правительство», социальные медиа, интернет-порталы, прямые on-line конференции и т.д. [1, с. 4]

В условиях построения информационного общества в процессе государственного управления значение ИКЦТ (особенно «новых») возрастает. С одной стороны, очевидно, что их использование в системе государственного управления значительно повышает эффективность взаимоотношений государства и общества. С другой стороны, не менее понятно и другое: само по себе использование ИКЦТ без его соответствующей аргументологической и политологической интерпретации не является действенным инструментом формирования имиджа государственной власти. [4]

Таким образом, ИКЦТ и ИКТТ - два разных вида технологий. ИКЦТ имеют технологическую природу, ИКТТ - социальную. Как только «новые ИКЦТ» грамотно «встраиваются» в стратегию конструирования имиджа власти, они приобретают политический характер и выступают уже в качестве имиджеобразующего фактора. Очевидно, что сами по себе «новые ИКЦТ» не являются имиджевыми технологиями, однако, в настоящее время наряду с ИКТТ в рамках имиджевой политики играют большую роль.

Источники и литература

- 1) Бануляк Н.А. Новые информационно-коммуникационные технологии как инструмент формирования общественного доверия к органам государственной власти России. Автореф. дисс. ... канд. полит. наук. М., 2013.
- 2) Нефеденкова Н.И. Российские СМИ как информационно-коммуникационный институт формирования имиджа политика. Автореф. дисс. ... канд. полит. наук. Уфа, 2012.
- 3) Устинович Е.С. Государственная политика в сфере информационных технологий. Курск, 2015.
- 4) Чуешов В.И. Аргументология. Аргументологическая диалектика и государственное управление в XXI век // Научные труды Академии управления при Президенте Республики Беларусь. Философские, экономические, юридические науки. Минск, 2016. С. 235-251.
- 5) Чумакова А.А. Информационно-имиджевая политика страны в культурологическом освещении (на материале российской и зарубежной прессы). Автореф. дисс. ... канд. культ. наук. М., 2007.

Слова благодарности

Спасибо огромное за возможность отредактировать тезисы, и заранее выражаю большую благодарность за возможность участия в конференции.