

Секция «Политология и социология политических процессов»
Роль электронных СМИ в формировании имиджа России за рубежом
Невская Татьяна Александровна
Кандидат наук

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Кафедра политологии и социологии политических процессов, Москва, Россия
E-mail: Nevskaya_t@mail.ru

Международный имидж государства, являя собой динамично развивающийся, многоаспектный феномен духовной жизни общества, в настоящее время предстает крайне актуальным и значимым объектом социологического исследования. В современном мире, где правила взаимодействия диктует информация, международный имидж страны представляет собой чуть ли не главный инструмент достижения стратегических и тактических целей во внешней политике. От того, каким будет его содержание и окраска, зависит успешность всей внешней политики государства, эффективность развития торгово-экономических отношений с зарубежными странами, возможность участия в решении задач и проблем мирового уровня. Значимую роль играет международный имидж страны и в развитии культурного обмена между государствами, процветании туризма, степени притока инвестиций в отечественный бизнес, искусство, образование. Стоит отметить, что в условиях стремительного развития средств коммуникации, усиления роли мировых СМИ в формировании глобального общественного мнения, актуальность анализа тенденций динамики внешнего имиджа государства возрастает в геометрической прогрессии.

Стремительное развитие и распространение новых информационных и телекоммуникационных технологий приобретает ныне характер глобальной информационной революции, которая оказывает возрастающее влияние на политику, экономику, управление, финансы, науку, культуру и другие сферы жизнедеятельности общества в рамках национальных границ и в мире в целом.

Глобализация информационного пространства, ведущая к созданию нового информационного общества, способствует превращению информации в фактор политической борьбы и инструмент реализации целей государств на мировой арене. Средства массовой информации становятся мощным оружием влияния на информационную среду, а, следовательно, и на имидж государства. Информация и знания становятся одним из стратегических ресурсов государства, масштабы использования которого практически сопоставимы с использованием традиционных ресурсов. Доступ к информационным ресурсам становится одним из факторов социально-экономического развития государства.

В современном глобальном информационном обществе, где процесс обмена, получения и донесения информации вышел на качественно новый уровень, СМИ играют особо важную роль в формировании международного образа государства. СМИ, с одной стороны, способны стать генератором негативного образа России, источником, который западные идеологи попытаются использовать как средство для антироссийских пропагандистских обобщений; с другой - при помощи профессиональной внутри- и внешнеполитической информационной пропаганды СМИ могут благоприятствовать созданию положительного международного имиджа России.

Формирование позитивного имиджа России в мире в условиях международной турбулентности и трансформации глобального порядка - одна из ключевых внешнеполитических задач страны. На высшем уровне этот вопрос был поднят еще в июле 2012 г. на Совещании послов. В.В. Путин констатировал тогда: "образ России за рубежом формируется не нами, поэтому он часто искажен и не отражает ни реальную ситуацию в нашей стране, ни ее вклад в мировую цивилизацию, науку, культуру, да и позиция нашей страны

в международных делах сейчас освещается как-то однобоко... А виноваты мы с вами в том, что мы плохо объясняем свою позицию" [1].

Действительно, российский имидж за рубежом нуждается в серьезной корректировке. В последнее десятилетие он страдал и от остаточных фобий времен «холодной войны» («агрессивное диктаторское государство, традиционно угрожающее соседям»), и от новых образов (страна в состоянии распада, деградации и нищеты, управляемая некомпетентными чиновниками, обуреваемая планами «возрождения империи»). Часть этих образов была почерпнута из российских СМИ и в какой-то мере отражала реальность. Вместе с тем в имидже России сохранился ряд стереотипов, поддерживаемых некоторыми представителями западной элиты, профессионально специализирующимися на враждебности к России.

В таких условиях создание положительного и объективного имиджа России остается крайне актуальной задачей. Позитивное восприятие страны в мире обеспечивает развитие экономической и социальной сферы, способствует эффективному разрешению противоречий с другими странами и иными субъектами международных отношений, наконец, усиливает позиции государства на мировой арене.

Целенаправленное наполнение СМИ позитивной информацией, повышающей авторитет и образ России как внутри страны, так и за рубежом, представляется задачей первостепенной важности. Успешно проходить этот процесс не может без активного участия самого государства, правительственных структур, без научного подхода к выстраиванию имиджевой стратегии. Если правильно направлять его через правительственные структуры, то можно достичь впечатляющих результатов, тем более что расширяется информационный потенциал всех СМИ, особенно электронных.

Необходимо выработать комплексную, долгосрочную стратегию по формированию внешнеполитического имиджа страны и непрерывно и планомерно доводить до мировой общественности достоверную информацию о государственной политике страны, ее официальной позиции по социально значимым событиям российской и международной жизни.

Источники и литература

- 1) Совещание послов и постоянных представителей России // Президент России. Официальный сайт. <http://www.kremlin.ru/news/15902>.
- 2) Галумов Э.А. Международный имидж России: стратегия формирования. М., 2005.
- 3) Гаджиев К.С. Имидж государства в конфликте идеологий. М., 2007.
- 4) Ильин И.А. Национальная Россия. Наши задачи. М., 2011.