

31

ДИПЛОМАТИЧЕСКАЯ АКАДЕМИЯ МИД РОССИИ

На правах рукописи

Абдраимов Максат Джекшенович

**МЕХАНИЗМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ОБРАЗА РОССИИ И ЕЕ
ЛИДЕРОВ НА МЕЖДУНАРОДНОЙ АРЕНЕ**

Специальность. 23.00 04 – Политические проблемы

международных отношений и глобального развития



003 169259

АВТОРЕФЕРАТ

Диссертации на соискание ученой степени

кандидата политических наук

1 5 МАЙ 2008

МОСКВА 2008

Работа выполнена на кафедре философии, политологии
и культуры Дипломатической академии МИД России

Научный руководитель: **Смирнов Геннадий Николаевич**
Кандидат исторических наук,
профессор

Официальные оппоненты **Рудов Георгий Алексеевич**
Доктор политических наук

Глебова Ирина Сергеевна
Кандидат политических наук

Ведущая организация **Российская академия
государственной службы при
Президенте Российской Федерации**

Защита состоится «__» _____ 2008 г. в «__» часов
на заседании диссертационного совета Д. 209 001.01 в
Дипломатической академии МИД России по адресу: Москва,
Б.Козловский переулок, д 4.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке
Дипломатической академии МИД России

Автореферат разослан «__» _____ 2008 года

Ученый секретарь
диссертационного совета
доктор политических наук

С.С. Жильцов

Актуальность данной диссертационной работы состоит в том, что она анализирует, обобщает и развивает теоретические принципы создания и практические основы функционирования информационных механизмов формирования международного образа современного государства и его лидера исходя из необходимости решения ключевой задачи внешней политики любого государства, а именно - задачи обеспечения внешних условий для успешного внутреннего развития

В современных условиях формирование и использование привлекательного образа страны и ее лидеров с полным правом можно отнести к числу одного из главных факторов их успеха на международной арене - такой образ, подкрепленный реальными достижениями государства в ключевых сферах социально-политической жизни, является для него гарантией признания и влияния в мире

В условиях современного мира значение работы по созданию положительных образов государств и их лидеров будет возрастать, что конкретизирует следующая совокупность факторов

Во-первых, после слома «биполярной» системы международных отношений формируется новый мировой порядок, происходят коренные изменения в мировой политике. Появилась целая группа стран, осуществляющих сложные реформы, системные преобразования общества (в эту группу входит и Россия). От того, насколько успешно эти государства вольются в мировое сообщество (прежде всего - в мировую экономику, международное разделение труда), насколько выгодно сумеют преподнести себя и свои успехи прямо зависит их дальнейшее развитие, которое уже сейчас опирается на экономическую интеграцию, инвестиции, участие в различных проектах социального и научно-гуманитарного сотрудничества, совместную борьбу с новыми угрозами и вызовами - в первую очередь, с международным терроризмом

Во-вторых, современный мир требует от политика, политического лидера, представляющего свое государство на международной арене, соответствия целому ряду качеств, стилю, стандартам поведения и коммуникации, давно и повсеместно утвердившихся в практике межгосударственных и международных

снoшений (например, нoрме так нaзываемoй «политической кoрректности»)

В-третьих, стремление соответствовать высоким требованиям, предъявляемым к репутации и облику государств и соответственно - стилю национальных лидеров при их участии в международных политических коммуникациях, т.е. при практической реализации внешней политики, что приносит ряд дивидендов с точки зрения распространения демократических и морально-нравственных норм в политике реализуя их на внешнеполитической арене, лидеры, так или иначе, вбирают в себя идеи демократии и прогресса, становятся их проводниками в своих странах

Повышенный интерес к вопросам создания позитивного образа государств и их лидеров, следовательно, не случаен, и в России появляется все больше работ, посвященных проблематике улучшения восприятия Российской Федерации в мире. Проблемы, с которыми сталкиваются специалисты при решении этого вопроса, достаточно серьезны и масштабны. Автор считает, что их три

1 Отсутствует концептуальная база в виде официальных, руководящих документов, определяющих понятие и пути реализации национальной идеи России, т.е. исторического, цивилизационного смысла ее существования как современного государства.

2. В условиях ограниченности ресурсов современной России ей необходимо сосредоточиться на наиболее важных, ключевых направлениях работы по оптимизации своего международного облика за счет более эффективного, совершенного применения механизмов внешнеполитического информационно-пропагандистского воздействия.

3 Имиджу России чаще всего наносится урон не только в силу сохраняющегося пока ее отставания в сфере информационно-коммуникационных технологий и механизмов, но и явной «реактивной», запаздывающей реакции по официальным каналам на выпады в ее адрес. Необходимо, следовательно, принимать активные контрмеры по их нейтрализации

Эта характеристика, с точки зрения ее актуальности для России, особо подчеркнута наличием следующей зависимости имидж государства первичен по отношению к имиджу его лидера, т.е. имидж лидера является производной от имиджа государства, выстраивается на его основе. Внешний имидж современной России оставляет желать

много лучшего, что общепризнанно, и, соответственно, ее лидеры воспринимаются за рубежом, прежде всего, сквозь призму далеко не всегда позитивных представлений о российской действительности. В связи с этим, во внешнеполитической информационно-пропагандистской работе с зарубежными аудиториями необходимо отталкиваться от образа страны в целом, формируемого с учетом не только исторических и социокультурных особенностей страны, но и ее реальных достижений и успехов в различных областях жизни общества, мирной и открытой внешней политики. С другой стороны, поскольку объективные обстоятельства сложились так, что в начале XXI в. президент России постоянно находится в главном фокусе внимания мировой общественности и СМИ, то налицо и обратная взаимозависимость. Именно президент является для зарубежных аудиторий основным источником достоверной и качественной информации о России.

Объектом исследования являются современные методы, технологии и тенденции развития обеспечения образа государства на международной арене.

Исходя из актуальности исследованной проблематики, автор выделил в качестве **предмета исследования** такую важную составляющую внешнеполитической информационной работы как процесс становления, поддержания и оптимизации образа государства и его лидера на международной арене в начале XXI в.

Целью настоящего диссертационного исследования является проведение комплексного системного анализа феномена образа (имиджа) государства и ее лидеров, определение особенностей функционирования и развития информационных механизмов создания положительного восприятия, закрепления и улучшения этого образа (имиджа) за рубежом.

Цель работы предопределила постановку следующих **исследовательских задач**.

- раскрыв понятие «внешнеполитический образ (имидж)» государства и его лидера, показать роль и место позитивного образа в обеспечении внешнеполитических интересов государства,

- рассмотреть факторы, формирующие общие основы образов (имиджей) современных государств и политических лидеров в контексте конкретно-исторической обстановки,

- проанализировать взаимосвязь и взаимозависимость внешнеполитического имиджмейкинга с особенностями национальной специфики, политической психологии и культуры, соотношение в имидже национального и глобального,

- выявить общее и различия во внутри- и внешнеполитическом имидже, обосновать необходимость их учета в практической деятельности,

- рассмотреть основные механизмы и технологии внешнеполитического имиджмейкинга,

- проанализировать особенности функционирования и дать оценку эффективности работы структур, обеспечивающих формирование образа (имиджа) государств и их лидеров (на примере ведущих стран и России),

- дать обобщенную классификацию наиболее распространенных групп имиджей национальных лидеров конца XX - начала XXI вв ,

- выявить основные проблемы, в улучшении восприятия России и ее лидеров за рубежом, обозначить ее возможности и перспективы в области работы с зарубежными аудиториями на этом направлении и дать конкретные рекомендации по оптимизации имиджа

Исходя из цели и задач данного исследования, в качестве *положений, выносимых на защиту*, определены следующие

1 Улучшение международного образа государства и ее лидеров является в современных условиях важным ресурсом укрепления его позиций в мире, эффективным инструментом реализации национальных интересов и должна быть неотъемлемой органической частью внешнеполитической информационной деятельности государства, опираться на необходимую научную, организационную и материальную поддержку с его стороны

2 Международный имидж лидера страны - это часть его политического имиджа в целом, имеющая свои определяемые спецификой внешнеполитической деятельности и международными нормами, стандартами, правилами, обычаями и традициями особенности. Еще выше поднимают «планку» требований, предъявляемых к национальным лидерам, реалии процесса глобализации Лидер тем в большей степени будет соответствовать

этим требованиям и реалиям, чем увереннее он умеет применять коммуникативные, логические и психологические приемы и методы, предназначенные для создания у иностранной аудитории благоприятного представления о себе, своей стране, ее политике.

3 Основные имидж-технологии - манипулирование убеждением, внушение, психологическое заражение, позиционирование, мифологизация, эмоционализация, подстройка под аудиторию, - вполне применимы в деятельности по оптимизации международного имиджа лидера государства, однако требуют осторожного и взвешенного подхода на основе научных разработок «команды» имиджмейкеров

4 Основные составляющие образа лидера страны и ее самой в целом возникают на основе так называемых первичных образов (географический образ, природно-ресурсный образ, группа социокультурных образов (цивилизационно-культурный и социо-ментальный образы), образ прогресса, национально-ценностный образ. К этим составляющим следует в первую очередь отнести имидж власти (демократии), имидж экономики, имидж внешней политики, имидж вооруженных сил государства, имидж информационной политики. Особое значение в формировании и оптимизации международного имиджа лидера страны имеют личные качества и стиль руководства

5 Для России на современном этапе необходимы совершенствование и расширение обеспечения внешнеполитического имиджа, как самого российского государства, так и его лидеров. Главными направлениями работы в этой сфере в начале XXI в. должны стать следующие.

- нацеленность руководства страны на продолжение реформ, решение экономических и социальных проблем, улучшение жизненного уровня населения,

- убеждение зарубежных аудиторий в приверженности лидеров России демократическим нормам и ценностям, развитию основных свобод гражданского общества, улучшению общественной жизни в целом,

- акцент на устойчивость государственной системы власти и управления, растущую стабильность в обществе, предсказуемость политических решений руководства,

- позиционирование российских лидеров как гарантов для внешних инвесторов, показ в целом привлекательности для последних

российской экономики - не только на основе богатств и ресурсов страны, но и оптимизации законодательных механизмов обеспечения их прав и гарантий в России,

- раскрытие роли российских лидеров, президента страны как главных проводников миролюбивой внешней политики России, ее активности на международной арене, вклада страны в поддержание мира и безопасности, участия в интеграционных процессах,

- информирование об образованности, нравственности российских лидеров, их заботе об укреплении духовного здоровья нации, о личной поддержке лидерами развития науки, культуры, спорта,

- ведение контрпропаганды (с активизацией в преддверии крупных политических событий в России - например, выборов президента и акцентом на вскрытие двойных стандартов Запада в отношении к России)

На ряде направлений деятельности по улучшению международного имиджа лидера государства российским специалистам целесообразно использовать опыт лидеров других стран - в первую очередь, западных стран в области организации, координации, такого рода деятельности, включения в нее элементов «паблик рилэйшнз», пропагандистской поддержки

В методологическую и теоретическую основу диссертации положен системный подход «Производство» внешнеполитических образов государственных деятелей рассматривается как подсистема информационного комплекса, обеспечивающего внешнеполитические интересы государства в плоскости формирования образа страны в целом, а также с учетом «входящих» внешних факторов и получаемого «на выходе» системы конечного результата

Степень разработанности темы. В ходе работы над диссертацией были использованы материалы широкого круга российских и зарубежных политологов, социологов, психологов, историков, специалистов в области имиджологии и внешнеполитической пропаганды. Что касается работ российских исследователей, то необходимо отметить недостаточную сопряженность теории и практики создания и оптимизации образа политического лидера именно по внешнеполитической составляющей (монографий, посвященных вопросам развития международного

имиджа российских лидеров на современном этапе, немного). Современные зарубежные авторы в большей степени сосредоточены на отдельных узких проблемах внешнеполитического имиджмейкинга, зачастую рассматривая его как разновидность «паблик рилейшнз»

Среди работ российских специалистов выделим работу «Имидж лидера», написанную коллективом авторов в составе Е Абашкина, Е Егоровой-Гантман, Ю.Косолапова, С Разворотнева, М Сиверцева, Т Федоренко (М Общество «Знание» России, 1994). Книга представляет собой психологическое пособие для лидеров и политиков и написана на основе накопленного в течение столетий опыта политической деятельности и критического разбора ряда наиболее значимых теорий формирования имиджа лидера. В книге рассмотрены важные психологические моменты создания имиджа политика, потребности и мотивы лидеров, особенности их поведения и стиля, способы влияния лидеров на людей (включая и харизматическую составляющую) и механизмы восприятия лидера аудиторией (по каждой из этих тем даны соответствующие рекомендации). Однако, вопросы формирования внешнеполитического имиджа «не разведены» с вопросами имиджа внутреннего, вписаны в общий контекст рассмотрения проблематики имиджа лидеров.

Использованные источники и литература. Диссертация подготовлена на основе изучения и осмысления широкого и разнообразного круга научных трудов и публикаций, официальных документов, биографий политических лидеров, их выступлений и речей, российской и иностранной периодики, Интернета. Автором были использованы следующие несколько групп источников и литературы.

В первую группу вошли научные монографии, которые легли в общетеоретическую основу работы. Прежде всего - это труды по философии, теории коммуникации, методологии, истории, глобальным процессам и базовым составляющим современной политологии (политическим социологии, лидерству, культуре, психологии), а также теории международных отношений - из научного наследия таких мыслителей и ученых, видных политиков и политологов, историков как Т Адорно, С Блэк, А Вебер, Л Дуб, С Катлип, Г Киссинджер,

Г Ласуэлл, К Левин, К Леви-Стросс, У Липпман, М.Макклюэн, А Маслоу, Ч Осгуд, Д.Рисмен, А Тойнби, Д.Уайт, Х Чайлдс, К Юнг¹

Теоретические и прикладные работы по проблематике имиджа и более узкому вопросу внешнеполитического имиджа лидера государства, которые автор считал необходимым освоить при подготовке диссертации, составили *вторую группу* источников и литературы. В числе ведущих российских исследователей данной проблематики следует в первую очередь назвать такие имена, как С.Беглов, Э Баталов, Т Гринберг, И Дубов, Е Егорова-Гантман, Я Засурский, В Ильин, И Косолапов, Ю Левада, В Лепский, Ю Лотман, С.Пантелеева, М Розенберг, Е Соколова, А Панарин, Г Почепцов, А Федотов, В Шепель, Е.Щедрина и др.²

¹ Адорно Т. Негативная диалектика М, 2003, Киссинджер Г Дипломатия М, 1997, Юнг КГ Психология бессознательного М, 1996, Cutlip S M, Center A H, Broom G.M Effective Public Relations 7th Edition N.J.: Englewood Cliffs, 1994, Ласуэлл Г Энциклопедия социальных наук М, 1934, Левин К Разрешение социальных конфликтов. СПб · Речь, 2000, Левин К. Динамическая психология: Избранные труды М Смысл, 2001, Леви-Стросс К Путь масок М, 2000, Леви-Стросс К Мифологии В 4-х т. М, СПб, 1999, Липпман У Общественное мнение /пер с англ Т В Барчунова, под ред К А. Левинсон, К В Петренко М.. Институт Фонда «Общественное мнение», 2004, Липпман У Публичная философия М Идея-пресс, 2004, Маслоу А Мотивация и личность СПб Евразия, 1999, Тойнби А Постигание истории. М, 1991, Юнг К. Аналитическая психология и психотерапия. М, 2001, Психология бессознательного М., 1996

² Баталов Э Мировое развитие и мировой прядок М, 2005, Беглов С Внешнеполитическая пропаганда. Очерк теории и практики М Высшая школа 1980, Великая Русь правда и вымысел (в 3- частях) Православно-просветительский проект М, 2003; Гринберг Т. Политическая реклама. портрет лидера М, 1995, Имидж лидера Колл авторов (Е.Абашкин, Е.Егорова-Гантман, Ю.Косолапов, С.Разворотнев, М Сиверцев, Т.Федоренко) М Общество «Знание» России, 1994, Почепцов Г Теория коммуникации М.. Рефл-Бук, К Ваклер, 2001, Почепцов Г Имиджелогия М Рефл-Бук, К Ваклер, 2001, Почепцов Г. Имидж от фараонов до президентов

В этой группе отдельно следует отметить публикации и работы профессорско-преподавательского состава Дипломатической академии МИД России - Е П Бажанова, А Г Задохина, Т А.Закаурцевой, З А Зарубиной, Ю Б.Кашлева, Г Н Смирнова, И Н.Кузьмина, В Ф Ли, Л Н Матвеевой, В.Н Матяша, В И Попова, К А.Хачатурова, А Д Шутова и др³

Имевшиеся в распоряжении автора научные труды российских исследователей были существенно дополнены теоретическими и аналитическими разработками зарубежных специалистов в области имиджмейкинга - таких, как Р Броди, Д Винтер, Т Вителе, Р Даллек, Д Дейван, Д Киндер, Дж Комс, Н Кэнтон, Н Лейтес, Г Литтл, А и У Миллер, У Мишель, Л де Моуз, Д.Ниммо, Д Оффер, Г Пейдж, М Рокич, М Смит, Ч Строзаер, А Стюарт, М Сэмпсон, С Уолкер,

Киев, 1997, Водотынский Д, Егорова-Гантман Е, Косолапова Ю и др Политический консультант в российских избирательных кампаниях Психологическое пособие для политиков и политических консультантов М, «ИМА-пресс», 1995, Панарин А Народ без элиты: между отчаянием и надеждой // «Наш современник», №11, 2001, Шепель В.М Имиджология секреты личного обаяния / М Культура и спорт. ЮНИТИ 1994 и др

³ Бажанов Е П Китай от Срединной империи до современной сверхдержавы XXI века М., 2007, Америка вчера и сегодня В 2 т М, 2005; Актуальные проблемы международных отношений В 3 т М, 2001-2002, Эволюция российской внешней политики (1991-1999 гг). М, 1999, О тенденциях международных отношений на пороге XXI столетия М, 1999, Китай и внешний мир М, 1990, Задохин А.Г Россия и Евразия международные отношения и внешняя политика М, 1998, Смирнов Г Н Этика бизнеса, деловых и общественных отношений М., 2001, Кашлев Ю Б Массовая информация и международные отношения М, 1981, Кузьмин И Н Поражение Крушение ГДР и объединение Германии М, 2003, Ли В Ф Теория международного прогнозирования М, 2003, Матяш В Н. Россия - США нефть и геополитика. М, 2004, Матяш В Н Проблемы формирования пространства доверия в Европе. М, 2002, Попов В.И Современная дипломатия теория и практика Ч I Дипломатия - наука и искусство М «Научная книга» 2000 Шутов А Д Постсоветское пространство М, 1999 и др

Ф Хайдер, Х Хекхаузен, М Херманн, К Холсти, А Шутц, М Эдельман, Э Эриксон, Л Этеридж и др⁴.

В *третью группу* вошли публикации в ведущих российских и зарубежных научных и общественно-политических периодических изданиях

В *четвертую группу* вошли биографии, жизнеописания, мемуары и автобиографии известных государственных деятелей и политиков XX - XXI вв. С интересом были изучены работы по политической истории и истории международных отношений, анализирующие особенности стиля руководства политических лидеров разных исторических эпох и стран

Пятую группу сформировали официальные документы и концепции Правительства и МИД России, США, других стран и международных организаций.

К *шестой группе* относятся материалы докторских и кандидатских диссертаций, защищенных в Дипломатической академии МИД России, МГИМО (Университет), МГУ, в других российских вузах

Практическая значимость диссертации заключается в том, что сделанные в ней выводы и предложения представляют интерес для тех государственных органов и структур, которые непосредственно

⁴ Броди Р Психические вирусы М, 2001, Winter D G Power, affiliation and war three tests for motivational model // Journal of personality and social psychology. 1993 N 3; Winter D.G Presidential psychology and governing styles. a comparative psychological analysis of the 1992 presidential candidates // The Clinton Presidency Campaigning, Governing and the Psychology of Leadership Boulder, 1995, Winter D.G., Stewart A J Content analysis as a technique for assessing political leaders // A psychological examination of political leaders - New York, 1977; Dallek R Roosevelt and US Foreign Policy, 1932-1945. N Y. 1979, Kinder D R More than Meets the Eye. TV News, Priming & Public Evaluations of the President // Public Communication & Behaviour. V 1 L, 1986, Хекхаузен Х. Агрессия // Мотивация и деятельность. М., 1986, Хекхаузен Х. Мотивация и деятельность Т 1 М, 1986 и др

отвечают за разработку и реализацию российской внешней политики на ее информационно-пропагандистском направлении.

В первую очередь, это относится к руководящему работой на данном направлении звену системы информационного обеспечения внешнеполитической деятельности страны, а именно - администрации Президента России (Управления пресс-службы и информации, Управления Президента РФ по внешней политике) и Совета Безопасности РФ (Аппарата СБ РФ, Межведомственной комиссии СБ РФ по вопросам информационной безопасности, научного совета)

Что касается внешнеполитического структурного звена реализации, и координации деятельности государства по улучшению внешнего имиджа - МИД России (соответствующие подразделения Департамент информации и печати, Департамент внешнеполитического планирования, Департамент новых вызовов и угроз, Департамент информационного обеспечения, «Росзарубежцентр», страница в Интернете и «Информационный бюллетень») - то им данную диссертацию следует рекомендовать для выработки рекомендаций руководству министерства по осуществлению информационной политики на региональных, субрегиональных направлениях и в отдельных странах, планирования масштабных и «точечных» пиар-кампаний и акций

Работа будет также полезной для российских структур и организаций, осуществляющих информационную и экспертную поддержку деятельности государства в рассматриваемой сфере (те для СМИ - в первую очередь, ИТАР-ТАСС, РИА «Новости», Интерфакса, Радио «Голос России» и др, для негосударственных экспертных организаций, занимающихся изучением вопросов внешней политики - Совета по внешней и оборонной политике, Внешнеполитической ассоциации и др), профильных комитетов обеих палат Федерального собрания России и экспертных групп при них, а также - в зависимости от рода деятельности - ряду других заинтересованных министерств и ведомств, активно участвующих во внешних связях и представительских мероприятиях

Работа также может быть востребована при подготовке методических материалов и лекций по проблематике информационно-пропагандистского обеспечения внешней политики России, политического лидерства, политической истории нового и новейшего

времени в вузах соответствующего профиля, в первую очередь - в Дипломатической академии и МГИМО (Университете) МИД России, факультетах международных отношений и журналистики университетов

Научную новизну диссертации конкретизируют следующие положения

Во-первых, В настоящее время в целях повышения эффективности усилий по улучшению восприятия государства для большинства стран возникает необходимость более глубокого, научно обоснованного исследования и осмысления тех реалий международной политики и всей жизни мирового сообщества, которые непосредственно воздействуют на сферу внешнеполитических образов. Прежде всего, речь идет о глобализации и новой «волне» демократизации, вносящих серьезные коррективы в стиль и методы работы лидеров государств на внешнеполитической арене. Элемент новизны диссертации состоит в выявлении этих воздействий и генерируемых ими взаимосвязей и взаимозависимостей (одна из основных тенденций внешнеполитического имиджмейкинга заключается в сближении по основным параметрам внутри- и внешнеполитического имиджа лидера государства, взаимообусловленности его национальной и глобальной составляющих)

Во-вторых, рассмотрев и раскрыв функциональные и организационные особенности формирования имиджа лидера государства, автор предпринял попытку выявить нишу работы на этом направлении во всем комплексе усилий по улучшению имиджа государства в его внешнеполитическом измерении. В диссертации не только доказана необходимость вписанности проблем, связанных с имиджем, в общий концептуальный и организационный массив такой работы, но и показаны специфические методы их решения, сделаны прогнозы и даны соответствующие рекомендации.

Руководствуясь этими соображениями научного замысла, автор выстроил *структуру диссертации* в виде введения, трех глав, заключения и списка источников и литературы.

Во *Введении* автор обосновал актуальность темы исследования, определил его объект и предмет, цели и задачи, раскрыл теоретико-методологическую базу, охарактеризовал научную новизну и

практическую значимость диссертации и представил данные об ее апробации

В *Главе I «Образ лидеров государства как фактор обеспечения его внешнеполитических интересов»* рассмотрены основы становления и функционирования образа лидеров государства как объективного и универсального явления, показаны роль и место механизмов политического лидерства в осуществлении политики внутри общества и на международной арене. Определены и рассмотрены взаимосвязь внешнего и внутреннего образа политических лидеров, политико-культурные и политико-психологические основы формирования и улучшения, новые коррективы и тенденции, которые вносят в эти процессы глобализация, демократизация. Это особенно важно для России - образ последней традиционно неоднозначно воспринимается на Западе и в мире в целом, оставляет желать много лучшего и нуждается в радикальной оптимизации.

Непосредственное влияние на становление и развитие имиджмейкинга как науки оказывают теории «лидерства», теории политической коммуникации (которые особую роль отводят СМИ), а также концепции политической психологии и политической культуры. Специфичность национального образа страны, ее лидеров и дипломатии продолжает накладывать заметный отпечаток на международно-дипломатический процесс⁵. Есть много примеров, указывающих на устойчивость стереотипного восприятия одними нациями других, что подчеркивает необходимость разрушения возможных негативных образов.

Образ государственного лидера имеет две составляющие - внешнюю и внутреннюю (когда политологи говорят об имидже, то имеют в виду в первую очередь внутреннюю составляющую). Они тесно взаимосвязаны и взаимодействуют друг с другом.

Достаточно красноречиво подчеркивает первичность внутреннего имиджа лидера по отношению к его внешнему имиджу и российский пример - не секрет, что некоторые политические силы на Западе, явно не желая по соображениям конкуренции возрождения

⁵ Попов В. И. Современная дипломатия: теория и практика. Ч. I. Дипломатия - наука и искусство. М.: «Научная книга» 2000. с. 303.

мощи России, время от времени организывают кампании критики в адрес президента В. Путина. Запад, однако, вынужден считаться с однозначной поддержкой В. Путина внутри страны, которая сдерживает пропагандистский «накал» такого рода кампаний. Как показывают данные одного из самых агентств, работающих в сфере исследования общественного мнения в Российской Федерации (ВЦИОМ), на данном этапе В. Путин пользуется безусловной поддержкой населения страны.

Так, если в июне 2000 г. деятельность президента России одобряли 61% россиян, то в июне 2005 г. - 66%, пик популярности в 77% пришелся на 2003 г., не одобряли деятельность президента при этом 26% и 32 % россиян в 2000 г. и 2005 г. соответственно. Суверенный рейтинг России, рассчитанный по международной системе рейтинговых агентств, поднялся при этом с 10-12% в 2000 г. до 60%⁶

Очевидно, что при сохранении курса либеральных реформ, который был взят в 2000 г. и сформулирован в программе Центра стратегических разработок на долгосрочную перспективу до 2010 г., успешность макроэкономической политики в определенной мере зависит и от внутриполитической стабильности, в том числе от отношения граждан к своему президенту. Начиная с 2000 г. суверенный рейтинг России неуклонно растет и достиг уже инвестиционной категории, в то время, как внутренний рейтинг президента России достаточно стабилен и переживает незначительные колебания. Тем не менее, при консолидации усилий всех государственных структур и общественных организаций для выполнения комплексной, научно обоснованной программы укрепления позитивного образа государства и его лидера, Россия могла бы увеличить темпы присвоения ей следующих, более высоких, категорий.

В то же время, при важности учета в имидже национальной специфики на формирование внешнего имиджа политика любой страны влияет глобализация.

1) глобализация вырабатывает определенные требования, нормы и стандарты в рассматриваемой области,

⁶ Там же

2) глобализация открывает новые возможности улучшения имиджа благодаря развитию средств коммуникации - Интернета, многоканального телевидения и т д ,

3) в практику создания и улучшения внешнеполитических имиджей революционные изменения вносят новые технологии массового информационно-психологического воздействия и политической коммуникации (в первую очередь - так называемые «PR-технологии», политическая реклама, лоббизм, политический маркетинг)

Современный лидер - это, прежде всего, прагматик⁷, менеджер, «технократ», и лишь затем уже - идеолог, мыслитель. Так, новой важной тенденцией в развитии политического лидерства в последние десятилетия является концентрация активности лидеров на экономических и социальных проблемах. В современных условиях лидера ценят не за вывод страны на определенную идеологическую орбиту, за глубину или масштабность политических убеждений, умение их преподносить и отстаивать в качестве оратора, трибуна - политика, лидера, государственного деятеля оценивают сегодня, прежде всего, по результатам его пребывания у кормила государства, с точки зрения успеха, эффективности его экономической и социальной политики, общего вклада в цивилизационное развитие страны.

Глава II «Современные технологии формирования внешнеполитического образа лидера государства» посвящена анализу основных путей, методов и технологий создания и оптимизации имиджа лидеров государства на международной арене, показаны возможности их воздействия на широкую зарубежную аудиторию и кратко охарактеризованы основные тенденции развития

С учетом многоплановости имиджа и, соответственно, его политической разновидности, можно принять в качестве базового следующее определение Политический имидж - это целенаправленно и

⁷ Одним из выдающихся прагматиков XX в был, несомненно, Дэн Сяопин, инициатор и идеолог нынешних реформ в Китае. Широко известна его фраза «Неважно, какого цвета кошка, лишь бы она ловила мышей» «Неисправимый прагматизм» Дэн Сяопина беспокоил даже «самого» Мао Цзэдуна, и «великий кормчий» неоднократно наказывая Дэна за это. См. об этом Барач Д. Дэн Сяопин М. Международные отношения 1989 С 185

активно формируемый (посредством использования определенных технологий) образ (применительно к сфере внешней политики - образ лидера, политика, дипломата, организации, государства или их политики), призванный эмоционально-психологически воздействовать на определенные аудитории с целью повышения эффективности проводимой его обладателем политики.

Для создания позитивного образа современного государства и его лидера используются информационные механизмы, для которых можно принять следующее определение: информационные механизмы создания позитивного образа – это система, обеспеченная специальными субъектами коммуникативных имиджевых связей, включающими само государство в лице представителей власти, сочетающее в себе функции заказчика и исполнителя, СМИ (российские и зарубежные), дипломатическую службу, неправительственные организации, государственные и общественные культурные организации и центры за рубежом, спорт, отдельных индивидов, специалистов в области PR

Внешнеполитический имидж имеет ряд специфических черт.

Во-первых, внешнеполитическая коммуникация функционирует согласно общепринятой традиции и, будучи инструментом обеспечения интересов государства, не может рассматривать возможности, альтернативные официальной политике. Такого рода коммуникация изначально ограничена и строго регламентирована, следовательно, и внешнеполитический имиджменг

Во-вторых, выбор лидера - это, конечно, дело нации, народа, однако, история изобилует примерами, когда к власти в государстве приходит сильная личность (например, из военных), либо тот, кто добился значительных успехов, не вполне соответствуя критериям морали, нравственности, приверженности демократии, общечеловеческим ценностям. Несмотря на возможные успехи страны, имидж такого политика однозначно подпорчен, и иногда может нанести определенный вред имиджу всей страны. На международной арене такие лидеры вызывают неприятие, если не отторжение. Другими словами речь идет о репутации лидера как человека, т.е. его порядочности, честности, справедливости, трудолюбии и т.д. - чем она выше, тем лучше.

В-третьих, в современных условиях для внешнеполитического имиджа лидера все большее значение приобретает демократическая направленность его действий, его озабоченность гуманитарными и глобальными проблемами. Современный лидер, таким образом, должен быть открыт, «экстравертен», т.е. направлен на окружающий мир.

В-четвертых, несмотря на рассмотренную выше особенность, внешнеполитический контекст не должен довлеть над национальным лидером - он, прежде всего, должен соотноситься с интересами государства, руководствоваться оценкой своих внешнеполитических шагов не только и не столько мировым сообществом, сколько удовлетворением от его внешней политики в собственной стране.

В-пятых, формирование внешнеполитического имиджа - это растянутый во времени и пространстве процесс (формирование имиджа занимает длительный период времени, и, можно сказать, продолжается непрерывно в течение всего срока пребывания лидера у власти).

В-шестых, для внешнего имиджа важна и интеллектуальная составляющая имиджа. Приведем в этой связи пример основателя Пакистана Каида-и-Азама Джинны (1876-1949 г.), который был не только одним из наиболее харизматических лидеров новейшей истории, но и одним из самых выдающихся проницательных «барристеров» (адвокатов) Британской империи на закате ее существования, часто превосходя самих англичан, что, несомненно, придавало ему вес как политику. Желательно, таким образом, всячески развивать эту составляющую имиджа.

В-седьмых, во внешнеполитическом имидже не должна преобладать эмоциональная составляющая, что вполне допустимо на уровне внутриполитическом. Сдержанность, умение владеть собой в сочетании с чувством юмора, гибкостью, тактичностью и остроумием ценятся повсюду в мире. Поэтому внешнеполитический имидж должен быть достаточно сдержанным, сухим, отражать серьезность статуса его обладателя, тем более - если речь идет о представителе большой или влиятельной страны.

В целом, желательно, чтобы государственный лидер обладал харизмой, имел какую-либо позитивную (или нейтральную) запоминающуюся черту характера, непорицаемое увлечение, занимался спортом и т.д. Это, как правило, вызывает интерес, симпатию, и, что особенно важно - закрепляет определенные ассоциации. Современные

имиджмейкеры способны создавать такие «маяки» в имидже Личное обаяние, масштаб личности, ее одаренность и разносторонность - это один из залогов успеха ее на внешнеполитическом поприще самого высокого уровня.

В Главе III «Пути и средства оптимизации образа России и ее лидеров за рубежом» рассмотрены главные проблемы совершенствования институтов и технологий внешнеполитического имиджмейкинга в России, сделаны конкретные рекомендации по развитию его концептуальной, организационной и ресурсной базы

Серьезная работа в России по улучшению имиджа ее лидеров только начинается

Стратегия оптимизации внешнеполитического имиджа России и ее лидера лежит в плоскости международной деятельности государства и должна учитывать внешние факторы. Одним из главных таких факторов выступает - в силу прагматической направленности внешнеполитического курса подавляющего большинства современных государств - необходимость учета заинтересованности, потребности других государств в развитии отношений с Россией, наличия реального интереса к ней. Другими словами, речь идет об отражении в стратегии внешнеполитического имиджмейкинга соотношения интересов и возможностей государства. что реально может Россия предложить потенциальным партнерам, какие ценности, выгоды от сотрудничества, стимулы, перспективы, т е что именно будет проходить по российско-евразийскому мосту между Западом и Востоком.

Целостность имиджа служит одним из критериев его психологической эффективности Имидж лидера России - страны, крайне диверсифицированной по своим географии, природным условиям, этническому и религиозному составу населения (в стране, как известно, проживают около 130 этнических групп - народов, народностей), историческим особенностям развития регионов и территорий и т д, - имидж лидера такой сложной страны должен обладать внутренней непротиворечивостью и, основываясь на высокой степени стереотипности, не должен быть запутанным и многогранным, содержать много характеристик или параметров Он должен быть достаточно упрощенным, доступным, демократичным, понятным для большинства населения и международной общественности

Несмотря на очевидные достижения России при В Путине он иногда подвергается атакам в зарубежных СМИ по некоторым направлениям, что, безусловно, наносит вред, прежде всего, внешнему имиджу страны в целом. За рубежом есть, конечно, и положительные отклики на его президентство, в том числе - и так называемых «качественных» изданиях и СМИ, однако их явно недостаточно. Внутри страны внешняя политика России пользуется поддержкой большинства россиян.

В **Заключении** на основании проведенных в рамках данного диссертационного исследования анализа и обобщений концептуальной сущности, особенностей и результатов функционирования современных информационных механизмов оптимизации образа государства и его лидеров за рубежом, а также перспектив их развития в России делаются следующие выводы:

I Задача создания благоприятного, позитивного образа государства и его лидеров на международной арене возникает в истории человечества с древнейших времен - с возникновением самой политики, государств и отношений между ними.

В начале XXI в. улучшение образа страны и ее лидеров - как в мире в целом, так и в сознании отдельных наций - приносит ей ощутимую пользу, помогает разрушению негативных представлений о ней, повышению ее конкурентоспособности, расширению и углублению двустороннего и многостороннего сотрудничества, росту престижа и влияния страны в целом.

II На современном этапе отрасль знаний, изучающая принципы и особенности функционирования и развития механизмов оптимизации образа (имиджа) страны и ее лидеров за рубежом, выкристаллизовалась в отдельную науку. Теория и практика формирования внешнеполитических образов (имиджей) находится на стыке нескольких областей социально-политического и гуманитарного знания, а современные механизмы «имиджмейкинга» зарождались и развивались на основе технологий «пиара», понимаемого, прежде всего, как умение связей с общественностью.

III Политический (внешнеполитический) имидж - это целенаправленно и активно формируемый (посредством использования определенных технологий) образ (применительно к сфере внешней политики - образ лидера, политика, дипломата, организации,

государства или их политики), призванный эмоционально-психологически воздействовать на определенные аудитории с целью повышения эффективности проводимой его обладателем политики

IV Что касается самих механизмов оптимизации внешнего имиджа страны и ее лидера, то следует прежде всего отметить, что определяющее значение для выбора того или иного из этих механизмов для применения на практике приобретает ситуативный фактор, основными составляющими которого выступают масштаб задачи, характер действий в рамках имидж-кампании (акции), адресность задачи (фактор аудитории), длительность действия (одноразовая акция/повтор/многократные «вариации на тему»), формальный/неформальный характер общения

V Механизмы (или технологии) создания и оптимизации образа (имиджа) государства и его лидера за рубежом целесообразно разбить на три следующие группы

1 Технологии, основанные на «человеческом факторе» (те возможностях влиять на аудиторию, зависящих от личных качеств и особенностей человека как коммуникатора - источника и реципиента, адресата информации)

2 Технологии, основанные на возможностях информационного воздействия, предоставляемых спецификой того или иного канала передачи информации (Интернет, телевидение, радио, пресса)

3 Технологии совершенствования содержания имиджформирующей информации (информационно-психологический аспект, связанный с убеждением аргументацией, внушением, использованием возможностей языковых средств)

Наиболее значимой по критерию эффективности возможностей представляется третья группа, непосредственно связанная с возможностью воздействия на человека в нужном направлении, или манипулированием

VI В целом, именно на возможности манипулировать человеческим сознанием и подсознанием в процессе коммуникации основан механизм срабатывания имиджтехнологий.

Манипулирование - это психическое (психологическое) воздействие, которое осуществляется для достижения желаемого эффекта помимо воли реципиента как объекта манипуляции

VII Вышеперечисленные механизмы позволяют осуществлять оптимизацию международного имиджа современного государства и его лидера, эта работа начинается не с «пустого места», а с некой основы, т е с уже имеющихся у зарубежной аудитории представлениях о них. Образы, имиджи о государстве и его лидерах формируются во взаимосвязи и взаимозависимости. Первичным, определяющим - как более широкий - здесь выступает имидж государства (но существует и обратная связь, т е образ лидера государства может и должен быть призванным способствовать улучшению образа страны).

К факторам, оказывающим главное влияние на процесс формирования содержательной стороны имиджа государства и его лидера относятся следующие:

- социокультурные факторы (историческое наследие, уровень общей и политической культуры, степень демократизации общества и характер власти, образ жизни и т д),
- состояние экономики,
- характер внешней политики,
- состояние вооруженных сил государства,
- направленность информационной политики государства

Эти факторы, в свою очередь, определяются на основе первичных образов государства, а именно:

- географический образ,
- природно-ресурсный образ,
- группа социокультурных образов (цивилизационно-культурный и социо-ментальный образы),
- образ прогресса,
- национально-ценностный образ

Все эти образы существуют в сложной совокупности, переплетении. При выстраивании положительного имиджа лидера страны необходимо двигаться в направлении от наиболее простых и распространенных образов, символов, каковыми являются географический и природно-ресурсные образы, к более сложным и «высоким» понятиям, завершая цикл акцентом на ценностных установках политики государства.

VIII В сознании мировой общественности давно устоялись стереотипные подходы к восприятию целого ряда наций на основе этих

образов (или, по сути, национальной специфики) Образ России в начале XXI в. оставляет желать много лучшего, он находится на гораздо более низком уровне, чем даже, например, во времена СССР

Одним из главных направлений оптимизации имиджа современной России может стать акцентирование ее цивилизационной роли как «моста» между Западом и Востоком, а основными направлениями, в разрезе которых должен создаваться позитивный образ России, следует признать такие.

- стабильность России во всех сферах общественной жизни, устойчивость внутригосударственной системы власти и управления, предсказуемость политических решений руководства, идеологическая открытость,

- привлекательность российской экономики для внешних инвесторов, связанная с совершенствованием государственных механизмов обеспечения их прав и гарантий на территории России, формированием единого правового поля,

- образованность, нравственность российского общества, его духовный потенциал,

- развитость информационно-коммуникативных связей России со странами мира, демократизация общественной жизни

IX В отличие от образа страны, который, как было показано, имеет устоявшуюся основу, образ национального лидера помимо заданной общими представлениями о стране внешней составляющей имеет и внутреннюю основу. Эта основа, т.е. восприятие лидера собственным народом, отображается в национальных СМИ и с их подачи в значительной степени усваивается внешним миром (когда политологи говорят об имидже, то имеют в виду в первую очередь внутреннюю составляющую)

Для формирования внешнеполитического образа (имиджа) лидера страны и ее самой основополагающее значение имеет, таким образом, поддержка этого лидера населением, его популярность и авторитет в государстве. Как показывают данные опросов общественного мнения и рейтинговых исследований, проводимых ведущими социологическими центрами России, президент В. Путин неизменно пользуется поддержкой большей части российского населения. При этом значительно вырос и рейтинг страны в мире

(рассчитанный по самым современным методикам международных рейтинг-агентств, он возрос за тот же период с 10% до 60%)

Международный имидж лидера государства имеет несколько особенностей, к наиболее важным из которых следует отнести следующие

- эта разновидность политического имиджа выступает как составная часть внешнего имиджа страны в целом и должна соотноситься с устоявшимися международными правовыми и морально-нравственными нормами, правилами общения, подачи информации и дипломатическим этикетом,

- на формирование международного имиджа лидера страны влияет глобализация (на международной арене политик должен выглядеть более демократичным, благожелательным, приверженным общечеловеческим ценностям, гибким и менее агрессивным, авторитарным и экстравагантным, чем на внутривнутриполитической сцене)

В целом, современные политические реалии создали определенный стандарт для политических лидеров, который во многом определяют страны Запада: высшие государственные посты в этих странах занимают, как правило, умудренные опытом административной работы и политической борьбы лидеры крупнейших партий, люди в возрасте, обладающие не только харизмой, но и одновременно - безупречной репутацией, имиджем компетентного, честного и порядочного политика, ставящего процветание государства, демократию и законность превыше всего

Исходя из данных соображений и примеров, можно, говорить о формировании внешнеполитических имиджей государств и их лидеров в условиях глобализируемой внешней политики отдельно взятого государства, оперирующей категориями и императивами демократии, социальной справедливости, равенства, прогресса, ненасилия, добра, морали и нравственности

Х С учетом приоритетной роли российского президента в деле улучшения внешнеполитического имиджа государства, обусловленной как национальной спецификой и конкретно-исторической ситуацией страны, так и последствиями глобализации в основу работы «команды» президентских имиджмейкеров в России целесообразно положить следующие принципы

- системность,
- оперативность и регулярность,
- искренность и достоверность, полнота и конкретность подготавливаемого имиджа,
- координация работы всех звеньев системы имиджмейкинга,
- активность,
- акцентирование внимания на прогрессивных, значимых для всех процессах

Нередки утверждения о невозможности проведения информационных кампаний за рубежом, поскольку у россиян еще не вызрела национальная идея, не решено так же, в каком виде она должна быть сформулирована - в виде короткой формулы, или же - в силу многомерности данного понятия - в виде развернутого официального документа. Отметим, однако, что основы внешнеполитической информационной работы уже практически заложены - главные ее векторы, концептуальные и организационные, вытекают из положений Концепции внешней политики (июль 2000 г.), Концепции национальной безопасности (январь 2000 г.), Доктрины информационной безопасности Российской Федерации (сентябрь 2000 г.), Концепции формирования информационного общества в России (май 1999 г.). В этих и ряде других документов руководство страны сформулировало приоритеты в областях внутренней и внешней политики. Эти документы формируют общее перспективное видение главных направлений и методов российской внешней политики, что применительно к задаче оптимизации международного имиджа России и ее лидеров на современном этапе выражается в последовательном и аргументированном их отстаивании президентом страны на крупных международных форумах, встречах и переговорах.

Основные положения и выводы диссертационного исследования изложены в докладах на конференциях в Дипломатической академии МИД России, получили непосредственное отражение в следующих публикациях автора

1. Абдраимов М.Д. Имидж политического лидера на мировой арене // Вестник КРСУ Том 7 № 5. УДК 2.1., стр. 116-121. Бишкек 2007. 0.7 п.л. Издание из перечня, рекомендованного ВАК.

2. Абдраимов М.Д. Внешнеполитический имидж как манипуляция и коммуникация // Вестник КРСУ Том 7 № 6. УДК 3.1.1.стр. 42-46 Бишкек 2007. 0.4 п.л. Издание из перечня, рекомендованного ВАК.

3 Абдраимов МД Формирование международного имиджа страны как главная составляющая внешнеполитической информационной деятельности России // Актуальные проблемы международных отношений в начале XXI века Материалы 9-й научно-практической конференции молодых ученых / ДА МИД России М , 2007 0,5 п л

4 Абдраимов МД Имидж Технологии, инструментарий и этапы реализации // Актуальные проблемы международных отношений в начале XXI века Материалы 10-й научно-практической конференции молодых ученых / ДА МИД России М , 2007. 0,6 п л

Подписано в печать «__»_____2008г.

Объем 1 п л Тираж 100 экз

Отпечатано в Дипломатической Академии МИД России