РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ДРУЖБЫ НАРОДОВ

ФАКУЛЬТЕТ ГУМАНИТАРНЫХ И СОЦИАЛЬНЫХ НАУК

Кафедра теории и истории международных отношений

К защите допускается:

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ В. Г. Джангирян

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2004 г.

БУДАШКАЕВ Дмитрий Борисович

**ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ИМИДЖА РОССИИ В ПОСТСОВЕТСКИЙ ПЕРИОД**

Дипломный проект по специальности 35.02.00

История международных отношений и внешней политики

Научный руководитель:

доктор исторических наук,

профессор

Ершова О.П.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

«\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_ 2004 г.

(подпись дипломника)

**Москва 2004 г.**

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ИМИДЖА РОССИИ В ПОСТСОВЕТСКИЙ ПЕРИОД

|  |  |
| --- | --- |
| СОДЕРЖАНИЕ | Стр. 2 |
| ВВЕДЕНИЕ | Стр. 3 |
| ГЛАВА I. Формирование международного имиджа государства в условиях становления глобального информационного общества.  |  |
| 1.1 Становление глобального информационного общества | Стр. 9 |
| 1.2 Формирование международного имиджа государства.  | Стр. 32 |
| ГЛАВА II. Международный имидж России в формирующейся системе глобального информационного общества. |  |
| 2.1 Краткая история формирования международного имиджа России.  | Стр. 42 |
| 2.2 Необходимость и основные направления формирования международного имиджа России в условиях становления глобального информационного общества.  | Стр. 47 |
| 2.3 Проблемы формирования международного имиджа России в условиях становления глобального информационного общества. | Стр. 53 |
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ | Стр. 67 |
| СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ | Стр. 71 |
|  |  |

**ВВЕДЕНИЕ**

**Актуальность проблемы** связана с тем, что на рубеже 1980 – 1990гг. произошел новый виток развития человеческого общества.

С того времени и по сей день человечество переживает стремительное развитие и распространение новых информационных и телекоммуникационных технологий, которые приобретают сегодня характер глобальной информационной революции. Эти процессы оказывают все большее влияние на политику, экономику, управление, финансы, науку, культуру и другие сферы жизнедеятельности общества, как в рамках национальных границ, так и в мире в целом. Степень важности указанных изменений была зафиксирована в Окинавской Хартии глобального информационного общества: «Информационно-коммуникационные технологии являются одним из наиболее важных факторов, влияющих на формирование общества XXI века»[[1]](#footnote-1).

Интенсивное внедрение и переплетение современных компьютерных, теле- и радиовещательных, телефонных технологий и коммуникационных служб, быстрое распространение локальных и глобальных коммуникационных сетей создает принципиально новое качество информационного обмена, в том числе и международного, а также создает принципиально новые инструменты воздействия на массовое сознание, усиливая значение культурно-информационных аспектов глобализации.

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 связи с этим к числу важнейших задач каждого государства относятся формирование и развитие информационной инфраструктуры и интеграция в глобальное информационное общество. Решение этих задач является необходимым условием для устойчивого развития государства и его полноценного вхождения в систему глобального общества.

Информационные технологии, все больше проникая во все сферы общественной жизни, не только дают новые возможности решения различных проблем, но и ставят перед человечеством принципиально новые проблемы.

Среди вновь появившихся проблем можно отметить наметившийся цифровой разрыв как между странами, так и внутри отдельных государств. К примеру, профессор, первый проректор Дипломатической Академии МИД Ю. Б. Кашлев пишет о цифровом разрыве как о долгосрочной угрозе. Он приводит пример, что для американской городской семьи с высоким доходом возможность выхода в Интернет в 20 раз выше, чем для бедной семьи из сельской местности. Ю. Б. Кашлев приводит статистику: Во всей Африке имеется 14 миллионов телефонных линий, что меньше, чем в Токио или на Манхэттене в Нью-Йорке[[2]](#footnote-2). Цифровой разрыв между государствами дает преимущества в получении и оперировании информацией одной стороне, обделяя другую возможностью работы с информацией. Подобное разделение усугубляет социально-экономический разрыв между государствами, усиливает экстремистские настроение в странах, выкинутых на периферию развития человечества.

Среди новых угроз в новом свете предстала проблема свободы слова. Преступники пользуются киберпространством для распространения порнографии, откровенно фашистской идеологии и др. К примеру, в Германии полиция ведет расследование в отношении 120 виртуальных бритоголовых, которые распространяют фашистскую музыку в Интернете. Российские специалисты, посещающие международные мероприятия, жалуются на то, что за границей размещено очень много Интернет-сайтов чеченских боевиков. Существует даже сайт, где за убийство президента Российской Федерации В. В. Путина обещают один миллион долларов США. Мовлади Удугов, министр информации Ичкерии, в общем создал более 100 сайтов. Вся эта информация свободно размещается в киберпространстве, а сотни людей заняты в сфере обслуживания этой системы[[3]](#footnote-3).

В современном глобальном информационном обществе, где процесс обмена, получения и донесения информации вышел на качественно новый уровень, нельзя недооценивать **важную роль международного имиджа государства.**

 В условиях нарастающих темпов глобализации, которая несет угрозу вымирания самобытных национальных культур[[4]](#footnote-4), высокий положительный имидж страны может играть огромную информационно-воспитательную роль для его граждан. Имидж государства свидетельствует о его экономической силе, мощи, богатстве, уровне развития культуры. Имидж является совокупным показателем авторитета государства и успешности действий на международной арене[[5]](#footnote-5), оценкой мнения зарубежной общественности о стране.

Ю.В. Тавровский в «Независимой газете» пишет, что информационное воздействие, направленное против России, может пополнить ею число мировых неприкасаемых[[6]](#footnote-6).

Накопленный в мире опыт государственного строительства неопровержимо свидетельствует о том, что в современных условиях усиления доминант разделения мира на зоны влияния стран – мировых лидеров решение важных международных задач должно осуществляться при всестороннем учете глобальных международных тенденций.

В такой ситуации современные государства нуждаются в адаптивных к глобальным реалиям и применимых с точки зрения особенностей национальной государственности механизмах обеспечения позитивного имиджа.

Государство имеет несколько объективных имиджей: экономический, социальный, гуманитарный, политический, культурный, экологический и т.д., каждый из которых может быть как положительным, так и отрицательным. Имиджи государства, или отдельные объективные имиджи способны меняться как при смене ситуации, так и в результате действий команды имиджмейкеров. Другими словами, имидж государства можно формировать[[7]](#footnote-7).

Процесс формирования международного имиджа государства зависит от множества факторов – успешности проведения внешней политики государства, особенностей проведения внутренней политики государства, эффективности экономики, особенностей ментальности общества, и проч.

Зависимость международного имиджа государства от множества происходящих событий внутри государства и за его пределами и желание сохранить позитивный имидж, либо стремление создать негативный имидж другому государству, приводит к тому, что государство начинает использовать методы информационной стабилизации или дестабилизации.

**Цель работы** заключается в том, чтобы выявить общие проблемы формирования международного имиджа России в условиях становления глобального информационного общества.

Кроме того, необходимо определить место и роль России в формирующейся системе глобального информационного общества.

 Особенностью сегодняшней ситуации является то, что Россия, развиваясь в условиях постсоветского общества, потеряла имидж мирового лидера, сверхдержавы, который внезапно сменился на некий неопределенный имидж государства, которое имеет высокий потенциал, но не имеет возможности его реализации.

 Актуальность проблем, связанных с формированием, трансформацией, стабилизацией и дестабилизацией международного имиджа государства вызвала к ним закономерный интерес ученых. Рассмотрению проблем международного имиджа государств посвящены труды Г. Г. Почепцова, Э. А. Галумова, Ю. Б. Кашлева, Д. Бурстина, А. А. Чернова, В. Г. Соколенко, К. А. Хачатурова, Л. С. Рубана, И. Н. Панарина, В. Г. Сеидова, А. В. Яковенко, А. А. Ранних и др.[[8]](#footnote-8).

В работе также использованы труды В. И. Попова, Н. Н. Молчанова, Ю. В. Борисова, Т. В. Зоновой и др.[[9]](#footnote-9)

При написании работы я также опирался на российские и иностранные печатные и электронные издания: Der Spiegel, Der Welt, Der Freitag (Германия), Le Figaro (Франция), El Mundo (Испания), The Washington Times, The New York Times, Forbes (США), «Независимая газета», «Время новостей», «Профиль», «Итоги», «Коммерсант», www.smi.ru, www.lenta.ru, www.strana.ru, www.tolerance.ngo.ru, www.rbc.ru и др.

**ГЛАВА I. ФОРМИРОВАНИЕ МЕЖДУНАРОДНОГО ИМИДЖА ГОСУДАРСТВА В УСЛОВИЯХ СТАНОВЛЕНИЯ ГЛОБАЛЬНОГО ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА.**

1.1 СТАНОВЛЕНИЕ ГЛОБАЛЬНОГО ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА

 Десятки тысяч лет требовалось человечеству, чтобы перейти от одного способа коммуникации к другому. Первым средством коммуникации стала устная речь – люди научились вербально передавать информацию друг другу. Многие тысячелетия прошли, прежде чем человек придумал письменность, которая эволюционировала от знаков, клинописи до иероглифов. Принято считать, что письменность появилась около 8 тысяч лет назад.

 В XV в. Гутенберг создал печатный станок, совершив этим самым информационную революцию того времени. Вместе с тем, в Китае и Корее уже в V в. до н.э. существовали металлические иероглифы и механизмы для их передвижения. С какого времени отсчитывать главные события в области информации – вопрос спорный[[10]](#footnote-10).

 На протяжении всего времени существования человечество пыталось преодолеть две трудности развития средств передачи информации. Первое – скорость передачи, второе – объем информации.

 Раньше скорость передачи информации не превышала скорости движения коня или парусного судна. Информацию мог передать только человек, скачущий на коне, или плывущий на корабле. В то же время некоторые народы нашли альтернативные способы передачи информации на расстоянии – свист, бой тамтамов, дымовая сигнализация. Недостатки подобных способов передачи очевидны – звук нельзя передать на далекие расстояния, а передача информации дымом сильно зависела от погодных условий.

 Первые революционные изменения произошли лишь в XIX веке с изобретением телеграфа. В 1858г. впервые был использован телеграфный кабель между Европой и Северной Америкой. Стефан Цвейг отзывался об этом событии как о звездном часе человеческой цивилизации, он писал о появившейся возможности узнавать, что происходит в Америке, находясь в Европе[[11]](#footnote-11).

Помимо изобретения телеграфа эпохальными изобретениями можно назвать изобретение телефона в 1870г., радио в 1895г., беспроволочного телеграфа в 1922г., изобретение телевизора в начале XX века и начала его массового производства в 1930г.

 Явные преимущества теле- и радиовещания способствовали активному внедрению технологий в жизнь человека. К концу XX века на Земле было 2,2 миллиарда радиоприемников, 1,2 миллиарда телевизоров, а также выходило 10 тысяч названий ежедневных газет, общий тираж книг составлял 10 миллиардов экземпляров, ежегодно выпускалось 4 тысячи кинофильмов[[12]](#footnote-12).

 О степени популярности телевидения может сказать тот факт, что открытие Олимпийский игр в Сиднее смотрело одновременно 3 миллиарда 600 тысяч человек[[13]](#footnote-13).

 В XX в. произошел очередной ряд революционных изменений в информационно-коммуникационной сфере: появление в продаже в огромных количествах транзисторных приемников, запуск искусственных спутников Земли, спутников связи, открывших возможности для международного теле- и радиовещания.

 Все вышесказанное явилось предпосылками для создания новых коммуникационных возможностей.

 Для начала приведу маленький пример. В мае 1961г. президент США Д. Кеннеди в обращении к американским послам сказал, что необходимо расширять и углублять информацию из иностранных государств, основываясь не столько на средствах массовой информации, сколько на надежных и серьезных источниках[[14]](#footnote-14).

 В 1995г. министр М. Рифкинд поставил перед Foreign Office вопрос об усилившемся влиянии средств массовой информации на политиков[[15]](#footnote-15).

 Сегодня, с развитием международных спутниковых телеканалов, имеющих по всему миру сеть корпунктов, дипломаты имеют возможность получать информацию со всего света, возможность более точного анализа происходящих событий, отношения населения той или иной страны к какому-либо событию.

 Появился даже термин «дипломатия CNN», который означает, что дипломаты в министерствах иностранных дел моментально получают информацию о происходящих в мире событиях[[16]](#footnote-16).

Современная Земля буквально опутана сетями глобальных информационных агентств, корпунктами мировых телеканалов. Вот только некоторые из мировых информационных агентств: Рейтер, Франс Пресс, Ассошиэйтед Пресс, ИТАР-ТАСС, Юнайтед Пресс, Киодо Цусин и др.

Однако в полной мере говорить о создании глобального информационного общество стало возможно после значительного скачка в развитии новых информационных технологий, с появлением сети Интернет.

 Развитие международной компьютерной сети в самом начале двигалось очень медленно. У. Берроу создал первую счетную машину, способную складывать большие числа в 1888г.[[17]](#footnote-17) В 1890г. была создана машина, задания которой давались на перфорированных карточках. В 1944г. В Гарварде построили вычислитель «МАРК 1», который весил 4,5 тонны. В 1946г. была предложена первая система управления вычислительными машинами двоичным исчислением, а также принцип введения и хранения в машинах не только данных, но и команда управления.

 Широкомасштабное применение полупроводником положило начало новому этапу развития информационно-вычислительных технологий. В 1971г. была создана первая микросхема, а в 1981г. появился первый персональный компьютер.

Сегодня в некоторых странах, например в США, персональных компьютеров производится больше чем телевизоров, и эта тенденция имеет свойство к распространению[[18]](#footnote-18).

Однако широкое распространение компьютеров само по себе еще не является условием перехода к информационному обществу. Вплоть до середины 1990-х гг. компьютеры работали в основном по отдельности, а локальные компьютерные сети использовались как средства внутренней автоматизации производства.

Ситуация изменилась в 1990-х гг., с появлением глобальной компьютерной сети Интернет. История создания этого феномена началась в 1960-х гг. XX столетия, когда перед Министерством Обороны США была поставлена задача - разработать систему управления страной в случае уничтожения национального коммуникационного центра США, что означало бы потерю связи руководства страны с Американскими стратегическими силами. Решение этой задачи было возложено на отдел департамента министерства обороны США «Агентство исследовательских проектов особой трудности», или ARPA[[19]](#footnote-19), где разработали децентрализованную сеть, состоящую из отдельных независимых сегментов. В основу информационного обмена была заложена оригинальная конструкция расщепления информационных данных на малые порции – «пакеты». Каждый «пакет» снабжался адресом и достигал цели назначения своим путем. Таким образом, если по каким-то причинам «пакет» не достигал цели или искажался в процессе передачи, то он мог передаться повторно[[20]](#footnote-20). Созданную сеть назвали АРПАНЕТ.

Началом становления глобальной сети Интернет принято считать 1986г., когда Национальный научный фонд создал научную компьютерную сеть и объединил ее с АРПАНЕТ.

Появление Интернета совпало по времени с началом процесса либерализации рынка, вследствие которого произошло снижение стоимости коммуникационных услуг. Эти два события стали основополагающими факторами, значительно ускорившими развитие информационной сферы, усилившими ее социальный аспект.

Снижение цен на персональные компьютеры, значительно увеличившиеся масштабы их промышленного производства, и, как следствие, доступность информационных технологий для широких масс населения, а не только для государственных учреждений и бизнес структур, оказали решающее воздействие на темпы развития сети Интернет. По данным компании NUA INTERNET в мае 2002г. число пользователей Интернета составляло 580 миллионов 78 тысяч человек, что около 9,5% населения Земли.

Столь широкая и быстрорастущая популярность глобальной сети Интернет обусловлена несколькими факторами.

 Планетарный характер сети Интернет позволит производить обмен информацией в неограниченных географических рамках. Получение информации из любой точки земного шара, при подразумевающейся технологической обеспеченности, теперь зависит только от наличия или отсутствия языкового барьера. Причем информационный обмен между двумя или несколькими сторонами, находящимися в сильном географическом удалении друг от друга может происходить практически мгновенно.

 Благодаря развитию коммуникационно-технической базы сети Интернет появляются новые возможности для организации рабочих процессов, процессов дистанционного обучения, начинает активно реализовываться возможность постоянного повышения профессиональной квалификации. В рабочем процессе наметилась тенденция роста индивидуализации работы. Появилась возможность работать не только в офисе, но и дома, или в любом другом месте. В связи с этим сегодня появляются кардинально новые виды систем организации труда, появляются новые возможности роста производства.

 Если говорить о дистанционном обучении, то сегодня это одно из наиболее активно развивающихся направлений в мировой образовательной системе. Его достоинства и развитие непосредственно связаны с бурным ростом информационных технологий Интернета. Происходит значительное расширение возможностей и сервиса предоставляемых услуг обучающимся, использование систем гибкого непрерывного образования, гибких графиков проведения занятий в синхронном и асинхронном режимах. Основной особенностью гибких режимов является непривязанность к жестко регламентированным временным и пространственным рамкам проведения занятий и общения между преподавателями и обучающимися.

 Дистанционное образование особенно применимо в преподавании гуманитарных дисциплин, поскольку существует возможность сочетания теории и практики, использования свежей информации для иллюстрации теоретических положений и анализа ситуации[[21]](#footnote-21). Помимо уже существующих преимуществ, возникают перспективы дальнейшего развития системы дистанционного образования, связанные с новейшими Интернет-технологиями, например, с электронными интерактивными конференциями.

 Интернет позволяет не только произвести процесс обмена информацией, но и упростить торговую цепочку. Сегодня потенциальный покупатель, пользователь Интернета, имеет возможность зайти на специализированные ресурсы, выбрать необходимый продукт, при необходимости сравнить качество этого продукта с аналогичными на других ресурсах, выбрать сервис, оптимально удовлетворяющий его финансовому положению[[22]](#footnote-22). В случае крупной покупки, пользователь может значительно сократить количество времени, которое уйдет на выбор подходящего продукта, создание некой информационной базы по интересующему его вопросу будущей сделки.

 Следующим фактором развития глобального информационного общества, также как и Интернет, играющим важную роль, является мобильная связь.

 Рынок мобильных телефонов за последние годы стал одним из самых быстрорастущих сегментов мировой экономики. По данным Nikkei Market Access, в 2001г. производство мобильных телефонов составило 361,7 миллионов единиц, в 2002г. - 386,4 миллионов единиц, а суммарное количество мобильных телефонов в 2002г. – около 850 миллионов единиц.

 Сегодня технологии мобильных телефонов переживают этап ускоренного развития, из средства голосовой коммуникации мобильный телефон превратился и калькулятор, и в планировщик дня, и в игрушку, и в фото- видеокамеру, и в проигрыватель музыки в MP3 формате, и проч.

 Соединение мобильных телефонов и Интернет - технологий открывает очень широкие практические возможности. Уже сегодня можно получать информацию о происходящих в мире событиях в любом удобном графике, существуют сервисы простейшей навигации, всевозможные услуги – от заказа любой мелодии до выбора меню в ближайшем ресторане. Совмещение Интернет - технологий и технологий мобильных телефонов сегодня позволяют «носить офис в кармане».

 Анализируя новинки рынка мобильных телефонов можно говорить о четкой тенденции универсализации технологии, модельное отличие телефонов перестает играть роль в процессе обмена информацией в любом ее виде – голос, фотоизображения, видеофайлы. Другими словами, появилась возможность передавать любую информацию с любого коммуникационного устройства на любое другое коммуникационное устройство вне зависимости от пространственного положения.

Коммуникационный процесс человека прошел долгий путь от первых звуков, обозначающих предметы и состояние человека, до технологии Bluetooth – способа беспроводной передачи информационных пакетов.

 Эволюция компьютерных технологий также прошла немало ступеней – от создания вычислительной машины весом 4 тонны до карманного компьютера, по техническим данным мало чем уступающим персональным компьютерам.

 Интенсивное развитие новых цифровых технологий ведет к принципиально новому качеству трансграничного обмена информацией. Причем при передаче данных все меньшее значение имеет географическое удаление друг от друга коммуникационных устройств и размеры пересылаемой информации.

 Новейшие коммуникационные технологии начинают оказывать все большее влияние на отношения, как между частными лицами, так и между государствами на международном уровне, становятся движущей силой социальных и экономических изменений на глобальном уровне. Таким образом, можно говорить, что благодаря новейшим коммуникационным технологиям и начавшемуся процессу глобализации мир вступает в новую стадию своего развития, когда процесс обмена информацией уже не зависит от масштабов пересылаемой информации или географического удаления.

Современные достижения в области информационных и коммуникационных технологий способствуют формированию принципиально новых экономических, социальных и культурных отношений, как между отдельными индивидами, так и между государствами.

 В начале 1990-х годов произошел массовый отказ стран бывшего социалистического лагеря от централизованного планирования экономики, что означало их включение в систему рыночной экономики. В первую очередь это означало, что в мире появилась по настоящему глобальная система экономических отношений. К сожалению, экономика стран – членов СЭВ не могла составить серьезной конкуренции западной экономике. К концу 1980-х годов доля стран – членов СЭВ в валовом мировом продукте составляла около 9%, а доля стран Запада – 57%[[23]](#footnote-23).

 Таким образом, можно сказать, что включение стран бывшего социалистического лагеря в глобальную систему экономических отношений имеет, прежде всего, перспективное значение.

 Повсеместный процесс либерализации экономик, уменьшение государственной опеки над частным предпринимательством позволило открыть большие возможности для международного сотрудничества в экономической сфере.

 Развитие коммуникационных технологий позволяет упростить процесс информационного обмена в целях торговли или обмена мнениями в любой точке экономической системы с меньшими затратами. Электронная и технологическая инфраструктура для такой экономической деятельности получила название «глобальной сетевой экономики»[[24]](#footnote-24).

 Сегодня можно наблюдать интересный факт: непрекращающееся развитие и распространение информационно-коммуникационных технологий, повышение доступности этих технологий за счет снижения цен на их приобретение и использование, влечет за собой все больший спрос со стороны пользователей электронной среды, куда переместились многие виды социально-экономической деятельности. Причем, специфика современной информационной среды, компьютерной экономики позволяет конкурировать даже с общепризнанными лидерами и монополиями.

 Наиболее существенные изменения вследствие внедрения информационных и телекоммуникационных технологий происходят в торговле, финансах и трудовых отношениях.

 Электронные виды коммерции сегодня переживают этап бурного роста. По оценкам аналитической компании GfK Group, в период с ноября 2001г. По апрель 2002г. (6 месяцев) онлайновые покупки (через Интернет - магазины) совершили 60 миллионов европейцев. Общий объем онлайновых продаж в Великобритании достиг 674 миллионов долларов США в апреле 2002г. В мае этот показатель составлял 776миллионов долларов[[25]](#footnote-25).

 По оценкам маркетинговой фирмы Ipsos-Insight, к октябрю 2003г. количество пользователей Интернета, регулярно совершающих интерактивные банковские услуги, составило 142 миллиона человек. Количество пользователей, посещающих игровые ресурсы, только в США составило 82 миллиона человек. 25% пользователей смотрели интерактивное телевидение. 15% - совершают звонки через Интернет, а каждый второй пользователь общается при помощи мгновенных сообщений[[26]](#footnote-26).

 Столь высокий спрос на услуги Интернет - коммерции, прежде всего, обусловлен наличием простого и быстрого доступа к ним, а также доступной стоимостью. Помимо этого, список электронных услуг, предоставляемых населению, постоянно расширяется: Интернет - магазины, Интернет – аукционы, различные интерактивные операции с финансами, интерактивное телевидение, доступ к видео - и аудиоресурсам, всевозможные видеоигры и др.

 Если взглянуть на ситуацию с обратной стороны, то можно увидеть, что использование Интернет - технологий позволяет расширить возможности и повысить качество координации предпринимательской деятельности, позволяет при минимальных затратах и отсутствии инфраструктурных барьеров максимально увеличить сеть сбыта продукции. Сегодня компании имеют возможность не только представить свой товар на онлайновой витрине, где потенциальные покупатели могут получить подробную информацию о продукте, но и наладить обратную связь со своими клиентами, выявляя, таким образом, предпочтения целевой аудитории, наиболее популярные услуги и товары. Все это позволяет оперативно менять как ценовую политику компании, так и ассортимент, быстро реагировать на любые изменения потребительского мнения.

 Информационное общество предъявляет повышенный спрос на множество информационно-насыщенных продуктов и услуг, передачу которых стало возможным осуществлять через электронные сети. Важнейшим ресурсом в условиях электронных сетей оказался интеллект. Сами сети предоставляют широкие возможности для осуществления оказания интеллектуальных услуг теледоступом. Согласно некоторым данным, в Европе уже в 1997г. численность телерабочих составила более 2 миллионов человек, а в США – 11,1 миллионов. В 2003г. около 20% рабочей силы пользовались теледоступом[[27]](#footnote-27).

 Основные социально-экономические преимущества массового применения средств телеработы выражаются в уменьшении транспортных проблем, наличии возможности получить работу в любом районе мира, увеличении возможности трудоустройства людей с ограничениями, связанными с состоянием здоровья, например, отсутствием возможности передвигаться. При помощи глобальных информационных сетей эти люди получают возможность полноценно работать, учиться и общаться.

 Политическая жизнь государств также претерпела изменения с развитием информационно-коммуникационных технологий.

 Во-первых, у множества людей появилась возможность доступа как к вступившим в силу законопроектам, так и к рабочим материалам, а также наличие доступа к аналитической базе. Во-вторых, появилась возможность для каждого гражданина с относительно минимальными затратами обратиться к неограниченной аудитории и высказать свое мнение по какому-либо вопросу.

 Согласно данным Пресс-службы президента Российской Федерации, к началу выступления В. В. Путина во время общения президента с гражданами России 24 декабря 2001г. поступило около двух миллионов вопросов. К середине дня количество звонков выросло до 40 в секунду.

 Сегодня не существует ограничения к доступу Интернет – ресурсам государственных учреждений, каждый гражданин может получить символическую консультацию по нужному ему вопросу, при необходимости есть возможность заполучить текст любого законопроекта или действующего закона любого уровня, будь то федеральные законы или указы органов местного самоуправления субъектов Российской Федерации. Это повышает политическую культуру общества, способствует конструктивному диалогу власти с народом, совершенствует демократические процедуры.

Впервые понятие «информационное общество» появилось в 1960-х годах. Принято считать, что данный термин впервые использовал профессор Токийского технологического института Ю. Хаяши. Он определил основные характеристики общества в отчетах, представленных японскому правительству рядом организаций. В своих отчетах Ю. Хаяши определил высокоиндустриальное общество как общество, в котором развитие компьютеризации предоставит людям доступ к надежным источникам информации и избавит их от рутинной работы, обеспечив высокий уровень автоматизации производства. При этом изменения коснутся непосредственно самого производства, в результате которых продукт станет более «информационно емким». Производство информационного, а не материального продукта, по мнению авторов тех отчетов, станет движущей силой образования и развития общества.

 Существенным толчком для дальнейшего развития идей глобального информационного общества послужила работа американского социолога Д. Белла «Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования»[[28]](#footnote-28).

 Д. Белл разделяет историю человеческого общества на аграрную, индустриальную и постиндустриальную стадии. Отталкиваясь от характеристик индустриального общества Белл приблизительно охарактеризовал контуры постиндустриального общества. В отличие от главной цели индустриального общества – производство как можно большего количества машин и вещей, главной целью постиндустриального общества является производство услуг, связанных с образованием, исследованиями и управлением. Д. Белл считал, что любое современное общество живет за счет инноваций и социального контроля изменений, что общество стремится предвидеть будущее и осуществлять планирование. Он полагал, что изменения в осознании природы инноваций делает решающим теоретическое знание[[29]](#footnote-29). Знания и информацию Белл выделил не только как катализатор трансформации постиндустриального общества, но и его стратегический ресурс.

 В 1983г. вышла в свет работа японского ученого И. Масуды «Информационное общество как постиндустриальное общество». Фундаментом информационного общества Масуда считал компьютерные технологии, которые значительно усилили бы, либо заместили бы умственный труд человека. Информационно-технологическая революция будет быстро превращаться в новую производственную силу и сделает возможным массовое производство когнитивной и систематизированной информации, новых технологий и знаний. Ведущей отраслью экономики Масуда видел интеллектуальное производство, продукция которого будет аккумулироваться и передаваться с помощью новых коммуникационных технологий[[30]](#footnote-30).

 Масуда предположил, что произойдет переоценка или трансформация человеческих ценностей, что в отличие от индустриального общества, характерной ценностью которого является потребление товаров, информационное общество выдвинет в качестве ценности время.

 По мере развития электронных средств информации и информационных технологий все более активно ведутся дискуссии о функциях и роли информации в жизни общества, тенденциях формирования информационного общества.

 Элвин Тоффлер в книге «Третья волна» определил информационное общество как обозначившейся вследствие информационной революции в индустриальном обществе.

 Постиндустриальному обществу, на его взгляд, присущи деконцентрация производства и населения, резкий рост информационного обмена, доминирование самоуправлеченских политических систем, индивидуализация личности без потери солидарных отношений между людьми и обществом.

 Традиционным корпорациям Тоффлер противопоставляет малые экономические формы, среди которых особенно выделяет индивидуальную деятельность в «электронном коттедже». Тоффлер писал о том, что крупнейшие фабрики и учреждения опустеют, превратятся в складские или жилые помещения, а с появлением доступной техники, позволяющей оборудовать рабочее пространство «умной» печатной машинкой, копировальной машиной, компьютерным пультом и телекоммуникационными средствами – резко возрастут возможности организации работы на дому[[31]](#footnote-31).

 В конце XX в. начался новый этап развития идей глобального информационного общества. Прежде всего, это связано с работами П. Дракера и М. Кастельса.

 Американский экономист Питер Дракер выпустил в 1999г. книгу «Посткапиталистическое общество»[[32]](#footnote-32). Ядром концепции Дракера является идея преодоления традиционного капитализма. Основными признаками происходящего сдвига Дракер считает переход от индустриального хозяйства к экономической системе, основанной на знаниях и информации, преодоление частной капиталистической собственности, формирование новой системы ценностей современного человека и трансформацию национального государства под воздействием процессов глобализации экономики и социума.

 Современная эпоха, как считает Дракер, можно назвать временем радикальных перемен, когда с развитием информационных технологий человечество получило реальный шанс преобразовать капиталистическое общество в информационное общество.

 Мануэль Кастельс подверг анализу современные тенденции, приводящие к формированию основ общества, которое он назвал «сетевым». В качестве отправной точки анализа Кастельс использует глобальную экономику и международные финансовые рынки. Информацию он рассматривает как ресурс, который легче других проникает сквозь всевозможные преграды и границы, информационную эру он рассматривает как эпоху глобализации. При этом сетевые структуры являются и средством, и результатом глобализации общества.

 Кастельс неоднократно обращает внимание на тот факт, что информация и обмен информацией всегда сопровождали человечество на всех этапах его развития. Однако только новое, зарождающееся общество строится таким образом, что сбор, анализ и передача информации становятся фундаментальными источниками производительности и власти[[33]](#footnote-33).

 Из отечественных ученых, обращавшихся к теме нового общества за последнее время можно выделить А. И. Ракитова.

 В своих работах А. И. Ракитов писал, что переход к информационному обществу предполагает превращение производства и использование услуг и знаний в важнейший продукт социальной деятельности, с постоянно растущим удельным весом знаний. Главной целью информационного общества А. И. Ракитов видел обеспечение правовых и социальных гарантий того, что гражданин общества, находящийся в любом месте и в любое время, сможет получить всю необходимую для решения насущных проблем информацию. Основными критериями информационного общества являются количество и качество имеющейся в обращении информации, эффективность передачи и переработки информации. Дополнительным критерием можно выделить доступность информации для каждого человека. Это достигается в результате развития и широкого внедрения новых телекоммуникационных технологий. Залогом успешного функционирования экономики постиндустриального общества станет ее информационный сектор, который выйдет на первые позиции по количеству занятых в нем трудящихся[[34]](#footnote-34).

 Г. Л. Смолян и Д. С. Черешкин в разработанном ими подходе к основным признакам информационного общества относят формирование единого информационного пространства и углубление процессов информационной и экономической интеграции стран, становление и, в дальнейшем, доминирование в экономике стран, наиболее приблизившихся к информационному обществу, новых технологических укладов, базирующихся на массовом использовании сетевых информационных технологий и телекоммуникаций. К основным же признакам информационного общества они относят повышение уровня образования, за счет расширения возможностей систем обмена информацией на региональном, национальном и международном уровнях, и соответственно, повышение роли квалификации, профессионализма и способностей к творчеству как основных характеристик услуг труда[[35]](#footnote-35).

 Одной из принципиально важных характеристик рубежа 80 – 90-х гг. является то, что большинство американских, европейских и российских специалистов в области информационного общества стали акцентировать внимание не только на роли и значении самой информации, но и на знаниях и беспрецедентного ускорения их прироста. Если в середине XX столетия объем суммарных знаний удваивался раз в 10 лет, в 80-е годы – раз в 5 лет, то сегодня он удваивается каждый год.

 Обобщая существующие подходы к трактовке понятия «глобальное информационное общество», можно сказать, что под таковым понимается общество нового типа, формирующееся в результате новой глобальной социальной революции, основой которой является стремительное развитие информационных и телекоммуникационных технологий.

Это общество знания, в котором главным условием благополучия человека в отдельности и всего общества становится знание, беспрепятственно полученное вследствие ее доступности и умения с ней работать.

Это глобальное общество, в котором процесс обмена информацией не имеет временных, пространственных политических границ.

Это общество, которое с одной стороны способствует взаимопроникновению культур, а с другой – открывает каждому сообществу новые возможности для самореализации.

 Информационная революция очень быстро меняет мир, предоставляя человечеству совершенно новые решения и расширенные возможности во всех сферах его жизнедеятельности.

 Вместе с очевидными благами информационная революция уже поставила перед человечеством принципиально новые проблемы, при этом их количество имеет тенденцию расти. Сегодня можно перечислить ряд проблем, которые уже стоят перед человечеством – цифровой разрыв, проблемы правового регулирования сети Интернет, электронной коммерции и налогообложения в этой области, вопросы интеллектуальной собственности, проблемы обеспечения безопасности и сохранение конфиденциальности информации, возможное психологическое воздействие на индивидуальное или массовое сознание в корыстных целях и проч.

 Термин «цифровое неравенство» стран и регионов или «цифровой разрыв» (англ. “Digital divide”) начали употреблять в США, обозначая неравенство в доступе к новейшим информационным технологиям. Примечательно, что этот процесс может проистекать не только на международном уровне, но и в рамках отдельных государств. Происходит расслоение общества на имеющих свободный доступ к современным технологиям в информационной сфере, и не имеющих таковую возможность. Возник даже новый вид грамотности – компьютерная: без навыков работы на компьютере сегодня трудно найти престижную и высокооплачиваемую работу, пользоваться новейшими электронными услугами.

 К примеру, по данным The Computer Industry Almanac, в 1992г. всего было 148 миллионов единиц компьютеров. Распределение компьютеров по странам было следующим: США – 67 миллионов, по Европе в целом – 36,6 миллионов, Япония – 10,5 миллионов единиц[[36]](#footnote-36). Таким образом, на весь оставшийся мир приходилось 33,9 миллионов компьютеров. Со временем ситуация практически не изменилась: через пять лет, в 1997г. в мире было уже 305 миллионов компьютеров. На США приходилось 108,2 миллиона единиц, на Европу – 79,6 миллионов, на Японию – 23,3 миллиона. На весь остальной мир приходилось 93,9 миллионов компьютеров[[37]](#footnote-37). Трехкратное увеличение общего количества компьютеров сопровождалось сохранением объема разрыва.

 Тот же ресурс приводит данные количества компьютеров на 1 тысячу человек в мире и в США с 1985г. по 2002г. и прогноз на 2007г.[[38]](#footnote-38):

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|   | **1985** | **1990** | **1995** | **2000** | **2002** | **2007** |
| **США:** |   |   |   |   |   |   |
| Всего компьютеров (млн.) | 19.8 | 48 | 86 | 177 | 206 | 255 |
| Кол-во компьютеров на 1000 чел.  | 82.9 | 192.2 | 323.9 | 629.5 | 712 | 831.3 |
| **В мире:** |  |  |  |  |  |  |
| Всего компьютеров (млн.) | 31.4 | 98 | 226 | 523 | 663 | 1,069 |
| Кол-во компьютеров на 1000 чел.  | 6.5 | 18.7 | 40 | 86.2 | 106.4 | 161.8 |

 По вышеприведенным данным четко прослеживается разрыв в компьютеризации группы стран и всего остального мира.

 Та же самая тенденция наблюдается и в динамике роста пользователей сети Интернет: в 2001г. количество пользователей глобальной информационной сети Интернет в мире составляло 533 миллиона человек, из них количество пользователей из США составляло 149 миллионов, в Европе – 126 миллионов человек[[39]](#footnote-39).

 Новые информационно-коммуникационные технологии уже значительно изменили жизнь на Земле, предоставив широким массам населения новые возможности и услуги в режиме онлайн по поиску информации, дистанционного образования, и в то же время подавляющее большинство населения не имеет доступа к ним. Уже можно говорить о том, что дальнейшее развитие глобального информационного общества невозможно без вовлечения в него действительно широких масс пользователей.

Таким образом, решение этой проблемы зависит не только от информационной политики государств в отдельности, но и от уровня и эффективности международного сотрудничества стран, в первую очередь экономически развитых, в данной области.

Не смотря на все преимущества сети Интернет, сегодня человечество ежедневно сталкивается с негативными составляющими этого явления. Речь идет, прежде всего, об информационных ресурсах, на которых расположена порнография и непристойные материалы, представляющие угрозу моральным устоям общества, материалов фашистского толка, использования Интернета для азартных игр, осуществления электронных преступлений и проч.

Сегодня существует огромное количество Интернет – ресурсов, содержащих информацию (контент) порнографического характера – фото- и видеоматериалы, тексты неприличного содержания и т.п. Большинство этой информации находится в свободном доступе и может посещаться детьми и подростками.

Помимо этого сеть Интернет может использоваться как средство распространения материалов преступных, террористических организаций, пропаганды фашистского толка. К примеру, в российском сегмента сети Интернет («Рунет») в каталоге сетевых ресурсов российских ультраправых экстремистов, собранных информационно-аналитическим центром «Сова», 10 сайтов в разделе «Скинхеды» и еще 48 – в разделе «Русские националисты»[[40]](#footnote-40).

Подавляющее большинство этих ресурсов имеет специальную оговорку «Данный сайт не является пропагандой межнациональной и межрасовой розни, фашизма и экстремизма». Однако оформление таких сайтов не вызывает сомнений в их идеологической направленности: цветовое решение в красно-черно-белых тонах, нередко использование фотографий людей со вскинутой правой рукой в нацистском приветствии, а использование стилизации свастики (либо нацистской, либо псевдорусского коловрата, либо рисунков, напоминающих свастику) – обязательный элемент оформления подобных экстремистских сайтов.

В глобальной сети Интернет есть, что регулировать. Первое – защита личных данных и частной жизни в Интернете. Второе – регулирование электронной коммерции и иных сделок и обеспечение их безопасности. Третье – защита интеллектуальной собственности. Четвертое – борьба против противоправного содержания информации и противоправного поведения в Интернете. Пятое – правовое регулирование электронных сообщений.

 Современные реалии таковы, что отдельные законы для регулирования деятельности человека или группы лиц в сети Интернет не нужны: возникающие в сети Интернет правоотношения так или иначе регулируются действующими законами. Весь вопрос в данном случае состоит в адекватном использовании существующей законодательной базы и адаптации некоторых положений законов под реалии современного мира.

 Защита личных данных и частной жизни в сети Интернет сегодня является одной из самых серьезных проблем. Следы виртуального преступления очень четко видны и легко систематизируются. Конечно, существуют специалисты, которые способны удалять следы преступления, однако к среднему пользователю это не относится. Основная цель всех виртуальных преступлений – базы данных, в которых содержится конфиденциальная информация самого различного толка, от паролей к домашним компьютерам до результатов секретных исследований.

 Специальный закон для регулирования не нужен, т.к. неприкосновенной частной жизни в России гарантирует Конституция, и сеть Интернет не может быть исключением.

 Второе направление – электронная коммерция. Несмотря на то, что торговля ведется через Интернет, она от этого не перестает быть торговлей и подпадает под существующее законодательство.

 Проблема охраны интеллектуальной собственности поначалу казалось трудноразрешимой. Однако никто не отменял действие законов, касающихся охраны авторского права и смежного права.

 Размещение противоправной информации на Интернет – ресурсах регулируется «оффлайновым» законодательством в этой сфере – законами о разжигании межнациональной розни и т.д.

 И, наконец, одна из самых сложных проблем – так называемый «спам», или нежелательные электронные сообщения. Доход спамерских группировок, конечно, несопоставим с доходом «традиционных» преступных группировок, однако причиняемый ими вред велик и затрагивает каждого пользователя сети Интернет. К сожалению, существующая структура сети Интернет позволяет спаммерам легко уходить от ответственности. И даже то, что борьба с ними возможна на основании существующих законах о недобросовестной рекламе - из-за несовершенства законодательной базы эффект подобной борьбы очень незначителен[[41]](#footnote-41).

 В целом можно выделить два подхода к вопросу правого регулирования деятельности человека в сети Интернет.

 Сторонники первого подхода считают, что государственное регулирование Интернета должно быть минимальным, поскольку именно в ограниченном вмешательстве государства в развитие сети Интернет они видят причину быстрого роста сети. Дополнительным аргументом сторонником минимального регулирования сети Интернет является огромной объем содержащейся в сети информации и, как следствие, отсутствие возможности регулирования информации в общемировом масштабе. Вместе с этим, сторонники минимального регулирования не отрицают важность вмешательства государства в вопросы охраны частной информации, запрета доступа к ключам шифрования Интернет - ресурсов государственных или иных структур, осуществления контроля за содержанием открытых Интернет – ресурсов, во избежание попадания порнографической и другой сомнительной информации детям[[42]](#footnote-42).

 Сторонники другого подхода, так называемого «сорегулирования», предлагают симбиоз законодательного регулирования и саморегулирования сети Интернет.

 Подобный подход объясняется отсутствием специальных законов, регулирующих деятельность человека в сети Интернет, неэффективным использованием традиционного законодательства.

 В международном аспекте возможны конфликты на почве разницы трактовки разными государствами понятия «виртуальное преступление», преступления в сети Интернет.

 Сторонники такого подхода предлагают выработать типовые законы, которые регулировали бы деятельность в сети Интернет в мировом масштабе[[43]](#footnote-43).

 Учитывая все вышесказанное, можно говорить о возникновении в перспективе проблем развития глобального информационного общества в результате образования огромного цифрового разрыва между группой экономически развитых стран и всего остального мира. Сегодня необходимы согласованные действия всех стран, в первую очередь – экономически развитых, для устранения цифровой пропасти между странами в мире.

 Существует необходимость выработки единого подхода государств к проблемам правого регулирования деятельности человека в глобальных информационных сетях. Это необходимо для ликвидации конфликтов на почве разных трактовок деятельности человека в информационной сфере.

 Таким образом, для дальнейшего развития глобального информационного общества необходимо не допускать расширения в информационной среде конфронтации и противоборства между государствами, дальнейшего увеличения цифрового разрыва и создания четкого оговоренного механизма регулирования деятельности человека в информационных сетях.

1.2 ФОРМИРОВАНИЕ МЕЖДУНАРОДНОГО ИМИДЖА ГОСУДАРСТВА.

 Стремление хорошо выглядеть в глазах других – вполне естественно для человека. Сегодня существуют целые отрасли, работающие на желание выглядеть презентабельно – индустрия моды, парфюмерия, косметика, пластическая хирургия и проч.

Отдельные группы людей также хотят хорошо выглядеть в глазах общества – компании, корпорации и частные предприниматели, каким видом экономической деятельности они не занимались бы, тратят огромные средства на имиджевую рекламу, разработку концепций правильного позиционирования в глазах целевой аудитории и проч.

Что касается государств, то здесь вопрос стоит несколько по-иному. Если один человек или коммерческая компания еще в состоянии практически замкнуть все исходящие информационные потоки внутри себя, то в рамках государственных объединений это сделать очень сложно в силу целого ряда причин. Здесь играют роль неоднозначный состав населения, трудности жесткого регулирования из-за величины географического масштаба, деятельности других государств, направленных на узнавание информации о происходящем внутри страны, развитие информационных технологий и т.д. Таким образом, все происходящее внутри страны, вокруг нее, ее действия на международной арене формируют у остального мира некое общее представление о данном государстве.

На русский язык английское слово «Image» можно перевести как образ, изображение, маска, типаж, репутация, амплуа и т.д.

 Сегодня о других государствах мы можем судить по тому, что мы читали в детстве о той или иной стране, по деятельности государства на международной арене, по высказываниям отечественных влиятельных и авторитетных личностей, высказываниям политических и общественных лидеров государства и др.

Имидж государства складывается из очень многих, совершенно разноплановых составляющих. Объектом имиджа может быть как отдельный человек – политический или общественный деятель, так и сама страна. Объектами имиджа могут быть и отдельные сферы жизнедеятельности государства – власть, экономика, армия, внешняя и внутренняя политики и проч.

Немаловажную роль оказывает ожидание неких действий от государства по тем или иным вопросам. Этот прогноз складывается из опыта уже совершенных действий, протекающих внутри государства процессов государственного строительства, характера государственной системы и др.

Имидж в современном понимании является неким совокупным эмоциональным восприятием о каком-либо объекте разговора или суждения, в результате действий объекта, которые совершает сам объект и действий другой стороны по отношению к объекту. Имидж аккумулирует большинство точек зрения об объекте и представляет объект в сжатом виде, но дающим некое представление о нм.

Таким образом, можно сказать, что международный имидж государства является совокупностью взаимосвязанных между собой характеристик государственной системы, сформировавшихся в результате процесса развития государственности, эффективность взаимодействий звеньев которой определяет тенденции политических, экономических, социальных, общественных и других процессов в стране. Это именно та деталь, которая определяет, какую репутацию приобретает или приобретет государство в сознании мировой общественности в результате взаимодействий тех или иных ее субъектов, взаимодействующих с остальным миром.

Необходимость формирования международного имиджа любого государства неоспорима. Правильная направленность формирования международного имиджа сегодня выполняет несколько значимых функций.

Во-первых, высокий международный имидж государства играет большую информационно-воспитательную роль для граждан страны, в первую очередь для молодых поколений. Высокий или низкий международный имидж государства помогает сформировать совершенно различные восприятия собственной страны, отношения других государств и собственных граждан к государству[[44]](#footnote-44).

Международный имидж государства помогает закреплять политические успехи на мировой арене, выстраивает нужный ассоциативный ряд практически любому действию государства.

Существует очень много подходов к классификации международного имиджа государства. Это связано с тем, что имидж страны – очень многоплановая категория.

Имидж объективный – это впечатление от страны, которое существует у внутренней или зарубежной общественности.

Имидж субъективный – это представление лидера государства, его окружения о том, каким образом воспринимается образ страны в глазах граждан, или представление граждан о том, каким их государство видится за рубежом.

Имидж моделируемый – образ государства, который пытаются создать команда руководителя страны или специально привлекаемые специалисты – имиджмейкеры[[45]](#footnote-45).

Международный имидж государства, как совокупность эмоционального восприятия объекта, является корректируемым психологическим образом государства, имеющий свой характер и эмоциональную окраску. По своей сути имидж государства – отражение реального государства, помещенное в определенную эмоциональную среду. Он более комфортен по причине своей иллюзорности, и поэтому обладает высокими регулирующими свойствами.

Обобщая вышесказанное можно сказать, что характерными свойствами и признаками имиджа государства являются:

- Простота, схематичное отражение своего объекта. Имидж не отражает всех граней своего объекта, он отражает его специфичность и уникальность. Имидж несет в себе большую информационную и эмоциональную нагрузку посредством ограниченного набора символов.

- Подвижность. Имидж хоть и конкретен, но он постоянно изменяется под воздействием внутренних и внешних факторов, подстраивается под меняющиеся реалии складывающейся ситуации.

- Идеализация. Имидж представляет объект как некую совокупность выгодных качеств, идеализирует объект, наделяя его дополнительными выгодными качествами в соответствии с ожиданиями целевой аудитории.

- Ограниченная самостоятельность. Имидж привязан к своему объекту, однако он может меняться, развиваться по собственным законам, в соответствии с меняющимися психологическими ориентациями целевой аудитории.

- Реальность и желательность. Имидж занимает промежуточное состояние между реальной ситуацией и эмоциональным, психологическим ожиданием целевой аудитории. Имидж расширяет границы восприятия объекта, однако только в заданном направлении, позволяет домыслить образ объекта самой целевой аудитории[[46]](#footnote-46).

Суммируя общие признаки имиджа страны, можно выделить ряд требований, предъявляемых имиджу.

Имидж должен быть в определенном смысле синтетическим, он должен планироваться, чтобы производить определенное впечатление при помощи определенных символов, например, геральдических знаков.

 Имидж должен быть правдоподобным, пользоваться доверием у целевой аудитории. Иначе эффективность имиджа будет близка к нулю или играть отрицательную роль.

 Имидж государства должен в какой-то мере соответствовать обществу государства. Он должен моментально характеризовать государство, высвечивая один или несколько характерных для страны признаков.

 Имидж не должен быть очень сложным, он должен легко восприниматься и запоминаться целевой аудиторией.

 Имидж обязан быть несколько неопределенным, оставлять простор для домысливания. Это необходимо для большей оперативности, простора корректирования в условиях меняющейся ситуации внутри и вокруг государства. Международный имидж государства отличается сильной эмоциональной составляющей. Для коррекции международного имиджа государства зачастую требуется вкрапление нескольких фактов, подтверждающих или, в зависимости от целей и задач, в корне опровергающих эмоциональные клише, сформировавшиеся в обществе.

 Имидж должен выступать неким посредником между государством и целевой аудиторией. К примеру, в политике электорат воспринимает тот имидж, который включает в себя «черты и качества, взятые в совокупности политических, мировоззренческих, биографических, внешних качеств, резонирующих предпочтениям электората»[[47]](#footnote-47).

Исходя из признаков имиджа государства, требований, предъявляемых ему, можно сказать, что имидж государства выполняет следующие функции.

1. Идентификация. Эта коммуникативная функция позволяет считывать информацию об объекте за короткий период времени. Имидж облегчает целевой аудитории восприятие информации о позитивных или негативных сторонах государства, жизни в стране. Это позволяет получить основную информацию, а не анализировать весь объем информации.
2. Идеализация. Данная функция обеспечивает положительное или отрицательное информационное поле вокруг объекта, проецируя на объект те или иные характеристики.
3. Противопоставление. Эта функция базируется на имиджах третьих государств, отражая контраст с объектом имиджа в положительную или отрицательную сторону.
4. Дифференциация. Имидж обозначает государство в сложившейся ситуации, демонстрирует его отличительные качества.

 Организаторы избирательной компании Ричарда Никсона так определяли стратегию своих действий, имея в виду именно эту функцию имиджа: «Важен не сам кандидат, или то, что он собой представляет. Важно то, что представляется, а если быть точным – то, что избиратель получает. Необходимо менять не человека, а получаемое избирателем впечатление о кандидате»[[48]](#footnote-48).

 Таким образом, можно говорить о том, что международный имидж государства осуществляет связь общественного мира и реального государства. Эта связь осуществляется посредством нескольких инструментов: *метафоры,* являющейся выразительным образом исторического периода, времени или ситуации; *героя,* олицетворяющего реальность и временной период; *знака,* эмоционально окрашенного образа страны.

 На имидж государства оказывают влияние самые различные факторы. Перечень всех факторов настолько обширен, что не поддается перечислению – здесь могут быть как внешняя политика государства, так и высказывания культурных деятелей о современном положении вещей, как уровень развития экономики государства, так и прогнозы развития крупного предприятия, и проч.

 По временному принципу факторы можно разделить на статичные, динамичные и ожидаемые.

 Статичные во времени факторы это те факторы, которые остались в прошлом либо не меняются с течением времени. К ним можно отнести природный ресурсный потенциал, национальное и культурное наследие и потенциал, нерегулируемые геополитические факторы, как то – географическое положение, протяженность границ, площадь территории, выходы к морям и проч. Также к статичным факторам относятся исторические события, вклад в историю государства выдающихся граждан и базовая форма государственного устройства и структура управления.

 Динамичные во времени факторы, оказывающие влияние на формирование международного имиджа государства, включают в себя социально-психологические настроения в обществе, формы общественно-политической интеграции общества, структура, характер и принципы деятельности общественно-политических организаций в государстве, морально-правовые аспекты развития общества.

 Ожидаемые во времени факторы, влияющие на формирование международного имиджа государства, сочетают в себе оба вида факторов, приведенных выше. Ожидаемые факторы прогнозируются на основе статичных и с учетом динамичных факторов формирования имиджа государства. В особых случаях динамичные факторы могут играть основополагающую роль в формировании имиджа. Это касается ситуаций, когда под влиянием динамичных факторов статичные факторы трансформируются.

 Помимо этих факторов при формировании международного имиджа государства необходимо учитывать ожидания целевой аудитории. Именно соответствие, либо ее видимость, позволяет сформировать максимально эффективный образ государства.

 Все ожидания проявляются двояко – как право вести ожидать действий или состояния государства в соответствии с национальными интересами, и как обязанность соответствовать общепринятым внутригосударственным и международным нормам права.

 Формирование имиджа государства происходит при широком использовании всевозможных коммуникаций – обмене различных видов информации, сообщений, сведений.

 В процессе коммуникаций выделяются несколько элементов: отправитель, сообщение, канал передачи, получатель или целевая аудитория.

 Отправитель имеет возможность оперировать несколькими видами передачи сообщения целевой аудитории. Это могут быть средства массовой информации, литература, искусство, система образования и воспитания, общение представителей государства с целевой аудиторией, дипломатическая деятельность.

 В процессе формирования международного имиджа государства немаловажную роль играют символы, формирующие ассоциативный ряд с государством – отправителей коммуникационного сообщения.

 Символы-идеи отражают и ограничивают политическое пространство, политические мотивы носителей. К символам-идеям можно отнести политические программы, заявления, лозунги и проч.[[49]](#footnote-49)

 Ритуал играет немаловажную роль в формировании единой социальной энергии, направленной в единое русло. Государственные ритуалы позволяют каждому члену ассоциировать себя с государством, оказывая психологическое воздействие во время исполнения ритуального действия.

 Символ-предмет является статичным, материальным воплощением имиджа государства. К примеру, изображение двуглавого орла на гербе России символизирует устремленность на Запад и Восток.

 Символы-персоны, герои отождествляют временной или исторический период в развитии государства, являясь социальными лидерами общества. Как правило, исторические периоды, связанные с определенными героями впоследствии получают названия по их именам – «Сталинизм», «эпоха Брежнева» и проч.

 Стремительное развитие информационно-коммуникационных технологий, которое началось в конце XX века и продолжается до сих пор, перенесло человечество на качественно новый уровень обмена информацией. Сегодня уже не существует трудностей с передачей информации практически любого объема на практически любое расстояние. Именно эти две трудности человечество преодолевало в процессе развития информационно-коммуникационных технологий.

 Эволюция технологической и нормативно-правовой баз, при слаженном взаимодействии всех стран, особенно экономически развитых, поможет человечеству войти в новый этап своего развития – глобальное информационное общество.

 Все большую роль в формировании международного имиджа государства играют динамичные во времени факторы, отражающие деятельность государства в современный период. Статичные факторы играют роль информационно-исторической базы, при помощи которой можно прогнозировать трансформацию международного имиджа государства в будущем.

 В условиях открытости большого объема информации международный имидж государства играет важную роль формирования положительного или отрицательного восприятия государства собственными гражданами и мировым сообществом без необходимости анализа всего объема информации.

 В условиях глобального информационного общества, характеризуемого практически неограниченными возможностями информационного обмена, уровень международного имиджа будет играть большую роль при формировании мировоззрения граждан государства, оценки собственного и других государств.

 Особенностями формирования международного имиджа государства в условиях глобального информационного общества являются большая информированность мирового общества о других странах, неограниченный доступ граждан к информации разного характера, касающейся собственной страны и других государств.

 Таким образом, появление более широких возможностей получения информации о происходящих в мире событиях, о деятельности тех или иных государств, диктуют общие тенденции в формировании международного имиджа.

 Сегодня значительно расширился ряд коммуникационных составляющих, помогающих формированию международного имиджа государства, появились новые факторы, влияющие на этот процесс.

 В условиях становления глобального информационного общества уже невозможно построение международного имиджа государства в одностороннем порядке, как это могло быть до развития информационных технологий. Фактор свободного получения информации практически любого характера предполагает более взвешенную политику современных государств в процессе формирования своего имиджа.

**ГЛАВА II. МЕЖДУНАРОДНЫЙ ИМИДЖ РОССИИ В ФОРМИРУЮЩЕЙСЯ СИСТЕМЕ ГЛОБАЛЬНОГО ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА.**

2.1 КРАТКАЯ ИСТОРИЯ ФОРМИРОВАНИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ИМИДЖА РОССИИ.

Имидж России в истории формировался под воздействием неких стартовых условий, которые позволяли реализовывать те или иные шаги государства. К таким условиям можно отнести разнообразие традиций, нравов, обычаев, особенности народов, населяющих страну. Подобное разнообразие обусловлено поликонфессиональностью и многонациональностью России, геополитическим положением России в отдельно взятые исторические моменты и многими другими факторами, в соответствии с которыми менялся имидж России.

Из более чем тысячелетней истории российской государственности можно выделить шесть условных моментов, когда судьба России была тесно сплетена с судьбой всего мира и когда Россия являла миру новый образ[[50]](#footnote-50):

1. Монголо-татарское нашествие.
2. Реформы Петра I.
3. Отечественная война 1812г.
4. Создание СССР.
5. Великая Отечественная война 1941 – 1945гг.
6. Распад СССР.

*Монголо-татарское нашествие.*  В начале XIII в. под властью Чингис-хана (Темуджина) сложилось сильное Монгольское государство. Пользуясь раздробленностью Руси на отдельные княжества, монголы на два с половиной века подчинили себе русские княжества.

Русь явилась щитом для Европы и ее культурной независимости от монголо-татарского нашествия. А. С. Пушкин писал в письме П. Чаадаеву: «... Это Россия, это ее необъятные пространства поглотили монгольское нашествие»[[51]](#footnote-51).

В то же время появляется образ русского народа – основными качествами становятся долготерпение, стойкость и выносливость.

*Реформы Петра I.* Основными целями реформ Петра I были превращение русского православного государства в одно из государств современного западного мира, занимание определенного места русского народа среди других западных наций.

Стратегия Петра Великого была направлена на то, чтобы при включении России в западное сообщество в качестве равноправного члена сохранить ее политическую независимость и культурную автономию[[52]](#footnote-52).

Успехи Петровских преобразований, в частности в военном деле, дали знать о себе разгромом шведской армии под Полтавой в 1709г.

В результате Петровских реформ Россия радикально изменила свой образ в глазах западной цивилизации. Приобретение статуса морской державы, победы в войнах, промышленный рост, реформа институтов власти – это лишь некоторые факторы, сформировавшие новый образ России – государства, без которого уже немыслима дальнейшая мировая политика.

*Отечественная война 1812г.* В 1811г. Бонапарт Наполеон, захвативший Западную Европу, писал: «Через пять лет я буду господином мира; останется одна Россия, но я раздавлю ее»[[53]](#footnote-53).

21 октября 1812г. атаман Платов докладывал: «… неприятель бежит так, как никогда никакая армия ретироваться не могла. Он бросает на дороги все тяжести, больных, раненых, и никакое перо историка не в состоянии изобразить картины ужаса, которые оставляет он на большой дороге»[[54]](#footnote-54).

Важнейшим из ресурсов, использованных Кутузовым для победы над Наполеоном, стал народный характер войны, поддержка политики государства всем обществом, включая самые бесправные слои.

У России появился новый образ, основанный на громадной роли народных масс, основах соборности и стремлении к общинному укладу жизни. У образа России появилась еще одна немаловажная черта – идея самопожертвования во имя Родины и других людей.

Во время освободительного похода до Парижа европейское сообщество смогло увидеть воочию не только дипломатических представителей России, но и простых людей. Простые, искренние, добродушные люди никак не вязались с образом злых казаков-варваров.

В Европе того времени Россия играла, наверное, главнейшую роль. Без ее участия не решались никакие значимые вопросы. При непосредственном участии России был образован в 1815г. Священный Союз, призванный хранить сложившийся после поражения Наполеона миропорядок.

*Создание СССР.* Сегодня можно говорить о том, что, несмотря на во многом утопические цели, с момента своего образования 30 декабря 1922г. СССР превратился в мощную, индустриальную державу с развитой промышленностью, сельским хозяйством, наукой, культурой. Помимо статуса ядерной державы, СССР предпринял ряд шагов, которые прочно связали образ страны с прорывными этапами истории цивилизации – полет человека в космос, к примеру.

Уровень жизни советского народа в основном уступал европейскому, однако в условиях безальтернативных коммуникаций, идеологические ценности играли доминирующую роль. В сознании народа образ страны был выстроен на общепонятных фактах – бесплатное жилье, образование, медицина, отсутствие безработицы и проч. Одновременно с этим советскому народу преподносились мнения лояльных к СССР зарубежных общественных деятелей. Так, Ромен Роллан писал: «Я считаю 7 ноября 1917г. величайшей датой в истории человеческого общества с прославленных дней французской революции; и на сей раз человечество сделало новый шаг вперед»[[55]](#footnote-55). Э. Синклер, американский писатель и публицист: «Самое значительное явление <…> - это создание рабочего правительства»[[56]](#footnote-56).

Таким образом, в сознании советского человека формировалось подтверждение идеологическим установкам.

В то же самое время в мире было очень противоречивое мнение о Советском Союзе – с одной стороны, налицо были успехи социалистического строительства, а с другой – слухи о репрессиях и т.п. Не вносили ясности и двойные стандарты во внешней политике – агрессия против Финляндии в 1939г., повлекшая исключение СССР из Лиги Наций.

Можно сказать, что именно непредсказуемость, закрытость и непонимание западным обществом СССР определили образ страны как государства, несущего угрозу системе западных ценностей.

*Великая Отечественная война.* Сегодня появляются все новые и новые взгляды на Вторую мировую войну. Шесть лет длилась самая кровопролитная война в истории человечества, из них четыре года – Великая Отечественная война. За два года, с 1939г. по 1941г. Германия оккупировала почти всю Европу, поэтому в войне против СССР Германия использовала огромный промышленный и военный потенциал многих государств.

Советский Союз вынес основную тяжесть войны. Точное количество потерь до сих пор не поддается исчислению. Сегодня можно сказать лишь примерные цифры – людские потери составили около 25 миллионов человек военных и гражданских, были разрушены сотни городов, около 70 тысяч сел и деревень, уничтожено около 32 тысяч предприятий.

Вследствие разгрома фашистской коалиции широко развернулось национально-освободительное движение в колониальных и зависимых странах, что привело к распаду колониальной системы.

Результатом всех событий середины XX века стал образ СССР как страны-освободительницы, страны-победителя.

Вместе с этим, после 1948г., начался процесс ведения против Советского Союза информационной войны, войны против государства, сильно отличавшейся от стран Запада политическим устройством и сумевшим установить влияние на значительную часть Европы.

*Распад СССР.* Сегодня, наверное, сложно адекватно оценить масштаб произошедшего события, однако одно можно сказать точно – этим событием был разрушен мировой порядок, на смену которому пришел новый – однополярный мир.

Сам факт преобразования миропорядка может охарактеризовать значимость положения России в конце XX века.

Образ страны, заменившей Советский Союз на карте мира до сих пор не имеет четкой характеристики. Российская Федерация сегодня несет на себе как славу СССР, так и весь груз реформ, процессов перехода к рыночной экономике.

Экономические трудности, связанные с этим периодом истории России, оттеснили на задний план проблемы международного имиджа, что сыграло немаловажную роль в формировании мировоззрения подрастающих российских поколений.

Воспользовавшись разрушением системы информационного противодействия в России, страны Запада начали проводить агрессивную информационную политику на постсоветском пространстве.

Сегодня необходимо четко определить проблемы формирования международного имиджа России. Я уверен, что восприятие государства международной общественностью будет играть немаловажную роль в условиях становления информационного общества – общества знания.

Четкое определение международного имиджа России поможет провести границы политического влияния России на международной арене в ближайшем, а возможно – и в отдаленном будущем.

2.2 НЕОБХОДИМОСТЬ ФОРМИРОВАНИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ИМИДЖА РОССИИ В УСЛОВИЯХ СТАНОВЛЕНИЯ ГЛОБАЛЬНОГО ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА.

Сегодня начинается эра информации, для которой характерно создание глобального информационного пространства. Растущая роль информации и информационных систем, растущее воздействие информации на производство, управление, жизнь людей – вот два основных фактора, характеризующие переход человечества к новому этапу своего развития.

Основные геополитические успехи стран мира сегодня определяются не их военной или экономической мощью, а прежде всего информационной мощью и установлением контроля над основными информационными, культурными и творческими процессами в мире. Информационный потенциал радикально влияет на обеспечение материального уровня населения.

В таких условиях международный имидж государства играет большую информационно-воспитательную роль для граждан страны, в первую очередь для молодых поколений. Высокий или низкий международный имидж государства помогает сформировать совершенно различные восприятия собственной страны, отношения других государств и собственных граждан к государству[[57]](#footnote-57).

 Ожидание действий государства на внешнеполитической арене, степень влияния предпринимаемых государством действий, уровень влияния в регионе также зависят от международного имиджа государства.

 Сегодня в России сложилась уникальная ситуация, когда перед страной, в недавнем прошлом игравшей роль сверхдержавы, возникла проблема подтверждения своего права играть ключевую роль в мировой политике. Это можно объяснить несколькими факторами.

 Несмотря на то, что в России сложились определенные предпосылки перехода к информационному обществу, приходится учитывать тот факт, что положение России в этом вопросе по сравнению с другими странами очень пессимистично.

 На ВЭФ в г. Давосе в ежегодном экспертном докладе Россия по основным технологическим показателям заняла строчку между 56 и 59 местами из 59. В нашей стране на то время на тысячу человек приходилось 12 персональных компьютеров, 1 мобильный телефон, и 3 Интернет-Хоста на 10 тысяч человек[[58]](#footnote-58).

 Недостатки и ошибки в процессе формирования информационного общества в России ведут к неспособности страны влиять на основные направления развития информационного общества в мире.

 В российском обществе четко сформировалась ассоциативная цепочка «импортное – лучше отечественного». Данная схема работает практически во всех областях, парадоксальным образом сочетаясь с устойчивым мнением, что Россия в ряде областей удерживает пальму первенства – военных технологиях, уровне образования и проч.

 Международные отношения сегодня являются плодотворной средой для формирования имиджа государства. Направленное использование международного имиджа влечет за собой формирование выгодных общественных мнений, обеспечивающих достижение определенных политических целей. От международного имиджа страны зависит ее место, вес и значимость в системе международных отношений, в формирующейся новой глобальной модели миропорядка.

 Сегодня необходима актуализация исторической основы имиджа России. Необходимо осознание преемственности исторического, политического развития. Также необходимо увеличить содержательность образа России, активное оперирование продуманными и содержательными образами – это способ реализации имиджа страны.

 Необходимость четкого имиджа государства играет важную роль для России, прежде всего как многонационального и поликонфессионального государства. Ясный, понятный народу имидж собственного государства определяет ожидания общества от действий руководства государства, усугубляет или нивелирует центробежные, сепаратистские настроения.

Четкий образ России важен самоидентификации российского народа, для реализации дальнейших планов развития государства в любой сфере жизнедеятельности.

Сегодня, в условиях отсутствия общей идеи, российский народ разобщен по признакам этнической, конфессиональной принадлежности, в общественную жизнь прочно вошли такие понятия как «лицо кавказкой национальности», «регистрация по месту жительства», «чеченский след» и проч. Явный социальный разрыв в обществе, разделившейся на общество в целом и группу людей, сумевших аккумулировать финансовые потоки в период первичного становления рыночной экономики, и растущее в обществе недовольство по отношению к таким людям, на фоне кажущегося попустительства государства, большая разница уровней жизни в столицах и по всей остальной стране, негативно влияют на образ страны внутри национальных границ.

Доверие к государству подорвано на самых базисных уровнях. К примеру, по данным ВЦИОМ, больше половины населения России не станут обращаться в правоохранительные органы в случае криминальной угрозы. Приоритетными источниками восстановления справедливости являются друзья, знакомые, а десятая часть населения рассчитывает сама на себя[[59]](#footnote-59). Широкую огласку получила ситуация с убийством в московском метрополитене студента-математика Г. Галдецкого, проводившего собственное расследование деятельности группы милиционеров-насильников, которые, якобы, систематически задерживали в метро девушек, запугивали, а потом их насиловали[[60]](#footnote-60).

В то же время, общество в России стремится повышению уровня восприятия своей страны зарубежным обществом, налицо желание соответствовать общепринятым цивилизационным критериям. Остается факт противопоставления своей страны всему остальному миру, основанный на прошлых успехах, современных достижениях во внешней политике, науке, спорте, культуре и проч.

 Очевидно, что международный имидж любого государства формируется на основе внутреннего восприятия своего государства и на восприятии государства другими субъектами международных отношений.

 Внутренняя направленность образа государства отражает смысл жизни и интересы «простого, среднестатического человека».

Сегодня, в условиях продолжительного идеологического вакуума, в условиях недоверия народа государству, сложилось общественное ожидание «сильной руки».

Ответом на подобные ожидания могут быть символы, возрождаемые из прошлого – никогда не спускаемый перед врагом Андреевский флаг, музыка А. Александрова – современный Гимн России, а в прошлом музыка, сопровождавшая торжества и победы, красное полотнище армейского знамени, олицетворяющее героизм во времена Великой Отечественной войны и проч.

Несомненно, что отдельные символы не могут в полной мере отражать как позитивный образ государства, так и интересы гражданина и общества в целом. Однако, при всей неоднородности, неоднозначности и неустойчивости общественного развития существуют ключевые понятия, которые одинаково близки всем без исключения членам социума и отражают коренные интересы любого народа. Вне зависимости от политической ориентации государства, уровня жизни и культуры таковыми понятиями являются жизнь, семья и труд.

Понятие «Жизнь» не нуждается в подробной детализации, т.к. стремление выжить является инстинктом любого человека, благодаря которому человечество продолжает существовать.

Проблемы семьи стоят несколько обособлено, потому что именно семья является залогом продолжения рода человеческого, ячейкой общества. Решение проблем семьи на государственном уровне, обеспечение благополучия семьи влечет позитивные сдвиги как внутри государства, так и за его пределами.

Сегодня демографическая ситуация в России оставляет желать лучшего, смертность превышает рождаемость, генофонд ухудшается, общество стремительно стареет. Решение данных и прочих проблем семьи может стать основой для консолидации общества, улучшения восприятия собственной страны.

Стабильная семья, имеющая социальные гарантии, обеспеченная правовой защитой государства и имеющая возможность реализации трудовых инициатив может поднять внутренний уровень России. Можно сказать, что благополучная семья является основой благополучного государства.

Таким образом, позитивный внутренний образ России основывается на стремлении государства обеспечить стабильность института семьи – повышении и пропаганде здорового образа жизни, неприемлемости упадка нравственной культуры, утверждении уважения к культу семьи.

Обобщая вышесказанное, можно выделить внутреннее направление формирования имиджа России. Данное направление заключается в достижении гармонии интересов государства и народа, внутренней стабильности государства, закреплении ассоциативного ряда «Достойная жизнь граждан – достойное государство».

Построение внешнего вектора формирования имиджа России невозможно без учета исторических событий имевших место быть. Необходимо учитывать значимость географического фактора, огромность территорий России. Сегодня выработка внешнего направления формирования имиджа государства зависит от несколько иных, чем ранее, приоритетов. З. Бжезинский отмечает, что политическая жизнеспособность, идеологическая гибкость, динамичность экономики и привлекательность культурных ценностей стали решающими факторами[[61]](#footnote-61).

Современная Россия может стать балансом, фактором гармонизации всего комплекса международных отношений, в силу своей принадлежности и присутствия во многих мировых конгломерациях.

Четко определенная «российская идея» может стать центром притяжения многих народов евразийского пространства[[62]](#footnote-62). Однако для реализации подобных задач необходим четкий, позитивный образ Российской Федерации в мире.

В конце концов, международный имидж России может дать ответ на вопрос – быть или не быть российскому государству как таковому.

В условиях формирования информационного общества, в условиях безграничности информационного обмена необходимо осознавать, что международный имидж России может и должен стать основой формирования мировоззрения грядущих поколений.

Современная российская молодежь более ориентирована на страны Запада, чем на Россию. За немногим более 10 лет сформировался образ ущербности нашего государства, его несостоятельности как социального института. Вместе с тем сознательно или нет культивировался крайне положительный образ зарубежья, как некоего примера для России, цели развития государства.

Сегодня необходима эффективная и профессиональная система информационного противодействия как внутри страны, так и в мире. Отсутствие такой системы может оказать крайне деструктивное воздействие на российское государство в будущем. Уже сегодня отмечается, что образ России в мире никак не сходится с реальной Россией. «Я еще никогда не был в стране, имидж которой не расходился бы в такой степени с действительностью. Репутация России значительно хуже, чем то, что она представляет собой на самом деле», – сказал в одном из интервью посол Швейцарии в России Вальтер Фечерин[[63]](#footnote-63).

2.3 ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ИМИДЖА РОССИИ В УСЛОВИЯХ СТАНОВЛЕНИЯ ГЛОБАЛЬНОГО ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА.

 В современной России существует ряд проблем позиционирования в мире. Некоторые факторы обусловлены политическими и экономическими преобразованиями внутри страны, некоторые – целенаправленным воздействием или результатом, имевшим быть воздействия других стран на восприятие России в мире.

 В условиях становления глобального информационного общества адекватное восприятие России в мире невозможно без полноценной интеграции России в данное общество, без создания информационного общества в России как сегмента мирового.

 Сегодня, несмотря на наличие определенных предпосылок создания информационного общества, в России существует ряд проблем интеграции в глобальное информационное пространство.

 Отсталость России в информационно-технологической сфере сегодня является одной из важнейших проблем, требующих незамедлительных действий, к примеру, по сокращению цифрового разрыва.

 На 150 миллионов человек населения России сегодня приходится всего 7 миллионов компьютеров, половина из которых устарела морально и физически. Лишь 5% россиян имеют персональные компьютеры у себя дома, а общее количество компьютеров у россиян составляет всего лишь 1,5% от общего количества компьютеров в мире[[64]](#footnote-64).

 С целью сокращения разрыва между Россией и развитыми странами в уровне распространения, производства и эффективности использования информационных продуктов и технологий принят и реализуется ряд документов, разработаны Концепция государственной информационной политики, Концепция формирования информационного общества в России, Доктрина информационной безопасности Российской Федерации, Федеральная целевая программа «Электронная Россия (2002 – 2010 годы)» и проч.[[65]](#footnote-65)

 «Концепция формирования информационного общества в России» была разработана в 1999г. Целью Концепции стало определение российского пути развития информационного общества, основных приоритетов государственной информационной политики. Основой российского пути должно стать расширение и углубление информатизации всех сфер жизни, ориентация общественного сознания на особенности жизни в информационном обществе, обучение разных категорий населения умению получать и использовать информацию, формирование рынка информационных продуктов и универсальных информационных услуг[[66]](#footnote-66).

 Информационная инфраструктура и ее ресурсы в все большей степени становятся ареной межгосударственной борьбы за лидерство, а индивидуальное и общественное сознание все в большей степени зависит от деятельности средств массовой информации и коммуникации. Именно эти факты определяют потребность государств в обеспечении информационной безопасности. В России базовым документом является «Доктрина информационной безопасности Российской Федерации», утвержденная В. В. Путиным в 2000г.

 В ФЦП «Электронная Россия» предусмотрено резкое повышение количества специалистов по информационным технологиям, 100% уровень компьютеризации в высших учебных заведениях[[67]](#footnote-67). Основной целью ФЦУП «Электронная Россия (2002 – 2010гг.)» является повышение эффективности экономики и государственного управления за счет внедрения и массового распространения новых информационных технологий, обеспечение прав на свободный поиск, получение, передачу, производство и распространение информации. Существует программа, согласно которой должен быть достигнут 40% уровень компьютеризации сельских школ, однако в действительности компьютеризировать возможно только 2% - в остальных нет даже телефонов[[68]](#footnote-68).

 Основную причину такого отставания следует искать в прошлом. Несмотря на наличие значительного научно – технического потенциала образование значительного разрыва в уровне развития информационных технологий стало возможным из-за незначительного внимания к данной сфере. Доля этой отрасли в ВВП, по некоторым оценкам, составляет чуть более 0,5%. Помимо этого значительная часть предпринимаемых для исправления такой ситуации мер носила стихийный, слабо согласованный характер.

 Помимо этого у России есть особенные факторы, задерживающие развитие информационного общества. Среди них можно выделить устаревшую нормативно-правовую базу использования информационно-телекоммуникационных технологий. Существует проблема правового соответствия внутреннего законодательства международным нормам.

На формирование информационного общества в России очень сильно сказывается географическая протяженность, неравномерность развития информационной инфраструктуры. По некоторым оценкам, на долю г. Москвы и г. Санкт-Петербурга приходится основная концентрация российской Интернет-аудитории, причем в г. Москве сконцентрировано около 65% всех российских пользователей[[69]](#footnote-69). Также неравномерно распределены технологии мобильной связи. По официальной статистике компании «Вымпелком» (оператор мобильной связи «Би Лайн»), к 25 марту 2004г. суммарное количество абонентов оператора составило 13,21 миллионов человек, из них 6,05 миллионов принадлежит г. Москве, а 7,16 миллионов – всем остальным российским регионам[[70]](#footnote-70).

В таких условиях создаются условия для вытеснения России с поля формирования собственного образа в мире. Это происходит из-за отсутствия по настоящему действенных механизмов, влияющих на массовое мнение, на формирование имиджа России.

Информационно-технологическое отставание России от развитых стран мира играет роль барьера интеграции в глобальное информационное общество. Это отставание, разрыв в уровне развития информационных технологий предопределяет периферийную роль России в процессе формирования собственного имиджа на мировой арене. Недостаточное развитие информационных технологий порождает неспособность России адекватно реагировать на происходящие события, имеющие отношение к формированию имиджа в мире.

Зачастую необходима лишь своевременная реакция на то или иное событие, однако задержки в донесении информации до мирового сообщества, обусловленные именно информационно-технологическим отставанием создают почву для первичной интерпретации как самого события, так и его значимости в нужном для других государств русле.

Отсутствие эффективной системы информационного противодействия оставляет простор для формирования неадекватного реальности имиджа России в мире. Одной из сторон этой проблемы сегодня стало неправильное освещение внутриполитического положения в России зарубежными средствами массовой информации.

Здесь мы сталкиваемся с применением технологий информационной войны. К примеру, по своему характеру дестабилизационная компания, проведенная в отечественных и зарубежных средствах массовой информации в ходе освещения ситуации с затонувшей подлодкой «Курск» в 2000г.

В наборе негативных событий для россиян «Курск» занял одно из первых мест[[71]](#footnote-71). В ходе освещения ситуации вокруг ситуации с «Курском» активно муссировались мнения о разрушении российской армии, о неспособности руководства предпринимать своевременные и эффективные меры по спасению личного состава и проч.

Особенное отношение к «Курску» имело быть на телеканале НТВ. Сама трагедия была случаем, внезапно возникшим медиа-событием, однако раскручивание негативной ситуации вокруг него не могло развиваться стихийно. Во-первых, достигался эффект «забивания» подаваемой информации, о «Курске» говорили много и разнообразно. Создавался эффект оттеснения всех остальных аспектов на периферию. Подобное действие усиливает предположения массового сознания, заставляя если не говорить, то думать одинаково. В ряде случаев НТВ ссылалось на иностранные источники, создавая алиби от предвзятости[[72]](#footnote-72).

 Здесь мы переходим к следующей проблеме формирования имиджа России – проблеме неадекватности восприятия России в мире.

 С одной стороны, еще недавно Россия была сверхдержавой, одним из центров биполярного мира «Запад - СССР». С распадом СССР в мире сложилась несколько непонятная ситуация вокруг России.

Разрушение биполярной системы миропорядка должно было положить конец любым конфликтам. Однако, следует привести цитату из директивы 20/1 «Цели США в войне против России», принятой в 1948г. Впервые эта директива была опубликована в 1978г. в сборнике «Сдерживание. Документы об американской политике и стратегии 1945 – 1950гг.». В частности, там пишется, что «в случае возникновения некоммунистического режима на части или всей русской территории, вне зависимости от идеологической основы мы должны создавать автоматические гарантии, обеспечивающие, чтобы даже дружественный к нам режим: не имел большой военной мощи, зависел в экономическом отношении от внешнего мира, не установил ничего похожего на железный занавес»[[73]](#footnote-73). Другими словами, была установлена необходимость предотвращения замыкания информационного поля внутри страны, защита от внешней информации (прежде всего, враждебной), а если сказать точнее – информационного противодействия, и в перспективе – контрдействия.

Несомненно, что данный документ не может отражать действительной информационной политики всего внешнего мира, или хотя бы США в отдельности, по отношению к России. И все же, некоторые постулаты, описанные в этой директиве, имеют место быть в современности.

Формирование имиджа России в мире, в силу отсутствия или неэффективности механизмов формирования международного имиджа России, сегодня происходит либо стихийно, либо под воздействием информационных политик других государств. Прежде всего формирование имиджа России основано на работе всех видов зарубежных средств массовых информаций.

Краткий анализ сообщений западных СМИ о России позволяет говорить о том, что сегодня превалирует негативный тон сообщений[[74]](#footnote-74).

На крупном Интернет-ресурсе www.inosmi.ru, где размещаются переводы зарубежной прессы, 7 мая 2004г. был опубликован краткий обзор сообщений о России, основанный на публикациях в зарубежной прессе за апрель 2004г. Вот лишь некоторые из цитат:

«По данным организации 'Врачи без границ', более 10 тыс. беспризорных детей, большинство которых живет в полной нищете, находятся на улицах Москвы, где правят насилие и наркотики. (Le Soir, 15.04)»; «С начала 2004 г. 78 российских военнослужащих, в том числе 24 офицера, покончили жизнь самоубийством. Самоубийство является причиной половины смертей в Российской армии. (La Libre Belgique, 28.04)»; «По данным Института экономики РАН РФ, доля теневой экономики в ВВП Калининграда составляет от 60 до 90%, в то время как в среднем по российским регионам - от 25 до 50%. (Le Figaro, 22.04)»; «За последнее десятилетие в Москве было разрушено более 400 исторических зданий, многие из которых находились под защитой федерального законодательства. На их месте строились копии, которые зачастую были больше по размерам и не соответствовали оригиналам. (Independent, 20.04)»; «В коммерческом центре 'Крокус Сити', где среди мрамора, пальм и ручьев 'благородные' - по имущественному цензу - люди выбирают себе сумки от 'Гуччи', одежду от 'Корнелиани' и обувь от 'Серджо Росси', плебс вас не потревожит (в России 27 млн. человек живут на 2 евро в день). Он теснится - никогда не приближаясь к 'Крокус Сити' даже из любопытства - в нескольких шагах отсюда, в павильонах дачного рынка, где покупает семечки и мед. (Sette, 22.04)»; «Российская делегация на Олимпиаде-2004 будет жить в эксклюзивной плавучей деревне, пришвартованной к причалу греческой столицы. Проживание в каюте во время проведения игр стоит не меньше 10 тыс. евро. Но каюты предназначены не для российских спортсменов (они остановятся в Олимпийской деревне), а для армии бюрократов, путешествие которых будет полностью оплачено. (Observer, 25.04)»; «Группы, защищающие права животных, утверждают, что, по меньшей мере, 3 из 100 московских животных страдают алкоголизмом и что необходимость использовать нетрадиционные методы их лечения вовсе не шутка. Исследование, проведенное одной из московских групп, показало, что в прошлом году 15 собак умерли в Москве в результате того, что хозяева дали им выпить водки. (Daily Telegraph, 22.04)»[[75]](#footnote-75).

26 апреля 2004г. в Der Spiegel вышла статья под названием «Я благодарен России за ее глупую политику»[[76]](#footnote-76). Именно так было решено озаглавить интервью с премьер-министром Латвии г-ном Эмсисом.

В канадской газете «Ottawa Citizen» в 2000г. появилась статья под заголовком «Россия при Путине будет таким же барахлом, как всегда». Можно привести всего лишь одну цитату из данной статьи, чтобы охарактеризовать общий эмоциональный окрас этой работы: «Ничего хорошего здесь <в России> никогда не происходило и не произойдет. Россия – это кусок навоза, завернутый в капустный лист и спрятанный в сортире»[[77]](#footnote-77). Случайно или преднамеренно, но статья вышла в свет, когда в России праздновали день Рождества Христова.

Приведенные примеры позволяют говорить о проводимой, сознательно или нет, политике информационной войны против России. Подобные действия подрывают позитивный имидж России в мире, формируют неверный образ страны у зарубежной общественности.

Необходимо помнить, что уровень международного имиджа государства напрямую зависит первичной эмоциональной окраски восприятия общественным мнением. В таком контексте большую роль играет не отдельные публикации и статьи, а общий тон большинства газетных или журнальных работ.

Особенно важен для формирования имиджа государства объем информационного поля вокруг страны за рубежом. В данном случае работает фактор «спирали молчания». Основной смысл этого понятия заключается в том, что усиленное говорение одних порождает чувство их информационного доминирования, закрепление общего смысла всего информационного потока как истины[[78]](#footnote-78).

Помимо активной информационной политики, проводимой против России зарубежными средствами массовой информации, Россия потеряла внутренние механизмы информирования мировой общественности. Захирел, но все-таки выжил ИТАР-ТАСС, признаки жизни подают остатки РИА "Новости", ужалось до минимума, но все еще по инерции вещает на иностранных языках радио "Москва", чудом уцелел Росзарубежцентр (бывший ССОД) и Институт русского языка имени А.С. Пушкина[[79]](#footnote-79).

Еще один метод формирования имиджа государства, который, скажем так, несколько упустило российское руководство – культура.

Культурный вакуум на постсоветском пространстве вынудил общество искать замену отошедшей в тень культуре советского периода.

«Важнейшим из всех искусств для нас является кинематограф». Насколько же прав оказался В. И. Ленин, хотя он произнес эти слова в контексте «безграмотности в массе своей народа».

В конце XX в. в мире сложилось одностороннее доминирование кинематографической продукции.

Все постсоветское пространство оказалось завалено западной кинематографической продукцией не самого высокого уровня. Соответственно менялся образ своей страны, который преподносился в несколько другом ракурсе. В условиях отсутствия конкуренции со стороны отечественного производителя российское общество активно усваивало западные культурные и социальные клише. Я уверен, что сегодня в России большинство людей, столкнувшиеся с неправомерными на их взгляд действиями правоохранительных органов, требуют адвоката и реализации права на телефонный звонок, точно в соответствии к нормами поведения героев в зарубежных фильмах.

Высокий уровень насилия, отсутствие моральной нагрузки, упор на динамизм и эффектность сцен, возвышение моральных и этических ценностей другой страны, несомые в кинематографической продукции создавали ощущение ущербности собственной страны, ощущения невозможности создать подобное (сама формулировка данного высказывания предполагает доминирование западной точки зрения).

Сегодня в мире выпущено очень много так называемых «блокбастеров», это самые продаваемые продукты киноиндустрии, в которых заняты наиболее известные киноактеры современности. Во многих из них образ русского человека искажен до карикатурности.

В фильме «Красная жара» русские изображены в виде грязных бородачей, изъясняющихся несколькими нецензурными фразами. В фильме «Армагеддон», который с успехом прошел и в российском прокате, американцев, готовых спасти мир ценой своих жизней, на российской космической станции встречает некий небритый алкоголик в шапке-ушанке. А сама станция изнутри просто изгнивает. В одной из серий знаменитой плеяды фильмов «Рембо» русский боксер Иван Драго – человек жестокий, не чурающийся самых грязных методов для достижения победы. Эмоциональный ряд выстроен очень просто – у русского было все для победы, прекрасно оборудованные залы, лучшие тренера и врачи, а простой американец Рембо тренировался в горах, в лесу, чуть не умер на ринге, но сумел победить. В фильме «Тринадцать дней», в котором экранизированы события Карибского кризиса, Н. Хрущев – глава СССР, изображен как крайне бездарный аналитик и геополитик.

К сожалению, ряд таких примеров можно продолжать очень долго. Где уж тут вспомнить про великих советских и российских режиссеров, актеров, деятелей киноискусства, внесших значимый вклад в развитие мирового кинематографа!

Совсем нетрудно оценить степень влияния кинематографа на глобальное массовое сознание, в первую очередь на подрастающие поколения, которые более восприимчивы влиянию продуктов индустрии развлечений. Дети подражают популярным героям, буквально наизусть знают диалоги главных героев, тем самым, закрепляя в своем сознании определенные стереотипы восприятия тех или иных государств.

Президент Российской Федерации В. В. Путин на заседании Совета по культуре и искусству отметил, что необходимо использовать потенциал культуры для формирования имиджа России, для утверждения новой роли и места России в мировой цивилизации[[80]](#footnote-80).

Парадоксально, но факт – образ России и российского народа сегодня в зарубежных средствах массовой информации и общественном мнении более негативный, чем в самые горячие периоды «холодной войны».

Образ России сознательно демонизируется, российское общество наделяется такими, якобы присущими ему, качествами как жестокость, тяга к разрушению, склонность к злоупотреблениям всех мастей, нравственной распущенности и проч. Можно говорить, что в сознании зарубежного общества выстраивается (или уже выстроился) ассоциативный ряд по отношению к России – Чечня, анархия, бандитизм, коррупция.

В 2000г. немецкая «Der Welt» умудрилась договориться до определения России «потемкинской деревней, величиной с империю, которая владеет лишь одной способностью - лгать»[[81]](#footnote-81).

Сегодня образ России в зарубежных средствах массовой информации, за единичными исключениями, сформирован таким образом, что максимально нивелируется значимость нашего государства в историческом плане.

Проблема сохранения и развития позитивного имиджа государства для современной России приобрела еще и внутреннее направление.

Сегодня в России действует огромное количество всевозможных зарубежных общественных, правительственных и не правительственных организаций (в основном - американских), приоритетный объект внимания которых – перспективный в возрастном и профессиональном плане сегмент российского общества. Подобные организации под видом гуманитарной работы, выделения грантов, международных обменов и т.п. деформируют восприятие собственной страны у граждан России. При помощи таких организаций в российских школах появились альтернативные учебники и учебные пособия. В одном из таких учебников в разделе «Вторая мировая война» Сталинградская битва упоминается лишь вскользь, а основное внимание уделено операции в Северной Африке[[82]](#footnote-82).

Я на собственном примере мог убедиться в действенности системы реализации программ подобных гуманитарных грантов. В 1997г. я принимал участие в программе международных школьных обменов «Проект Гармония». В отборочном туре этой программы в моем родном г. Улан – Удэ участвовало большинство школьников в возрасте примерно 16 лет. На отборочном туре, проводившемся на английском языке (нам объяснили, что проверяют наше знание языка), представители «Проекта Гармония» задавали вопросы о предпочтениях, причинах желания поехать в США, стремлении и причинах стремления остаться в другой стране и проч. Таким образом, во время так называемого отборочного тура представители «Проекта Гармония», в сущности, провели социологическое исследование одной из социальных групп населения. Замечу, что разновидностей программ международных обменов существует очень много. Практически все они проводились под эгидой USIA – Информационного агентства США, самостоятельного пропагандистского ведомства[[83]](#footnote-83).

Подобные организации сегодня в России выделяют множество грантов, обязательным условием получения которых является подробное описание проекта, выпускают огромное количество докладов и бюллетеней, устраивают симпозиумы. Посредством такой деятельности проводится «тщательный мониторинг настроений российской элиты и одновременно в ее интеллектуальный оборот вводятся необходимые клише, которые затем попадают в наши СМИ и через них воздействуют уже на всю нацию. По существу, в России создано идеологическое лобби»[[84]](#footnote-84).

В современной России существует ряд проблем, связанных с формированием собственного имиджа в мире. Многие из этих проблем связаны с переходным периодом в нашей стране, объективными экономическими трудностями перехода к рыночной экономике. Многие проблемы связаны с отсутствием гибкого правового поля, позволявшего бы проводить еще более взвешенную и адекватную политику в этом направлении.

Цифровой разрыв между Россией и развитыми странами мира оставляет возможность для одностороннего формирования имиджа России в мире. За немногим более 10 лет в мире был сформирован образ России как второразрядной страны, дестабилизирована система внутреннего восприятия России у российских граждан.

Непрекращающееся информационное давление стран Запада на Россию, отличающееся разнообразием подходов, оказывает деструктивное действие на имидж государства, как на международной арене, так и внутри страны.

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ.**

 Сегодня мир стоит на пороге новой глобальной системы – информационного глобального общества. Это общество характеризуется неограниченностью информационного обмена, высоким уровнем развития информационных технологий. Информация превращается в один из стратегических ресурсов, профессиональное использование которого является основой процветания любого государства.

 Интенсивное развитие новых цифровых технологий ведет к принципиально новому качеству трансграничного обмена информацией. Причем при передаче данных все меньшее значение имеет географическое удаление друг от друга коммуникационных устройств и размеры пересылаемой информации.

 Новейшие коммуникационные технологии начинают оказывать все большее влияние на отношения, как между частными лицами, так и между государствами на международном уровне, становятся движущей силой социальных и экономических изменений на глобальном уровне.

Современные достижения в области информационных и коммуникационных технологий способствуют формированию принципиально новых экономических, социальных и культурных отношений, как между отдельными индивидами, так и между государствами. Развитие коммуникационных технологий позволяет упростить процесс информационного обмена в целях торговли или обмена мнениями в любой точке экономической системы с меньшими затратами.

 Сегодня можно наблюдать интересный факт: непрекращающееся развитие и распространение информационно-коммуникационных технологий, повышение доступности этих технологий за счет снижения цен на их приобретение и использование, влечет за собой все больший спрос со стороны пользователей электронной среды, куда переместились многие виды социально-экономической деятельности. Причем, специфика современной информационной среды, компьютерной экономики позволяет конкурировать даже с общепризнанными лидерами и монополиями.

 Вместе с очевидными благами информационная революция уже поставила перед человечеством принципиально новые проблемы, при этом их количество имеет тенденцию расти. Сегодня можно перечислить ряд проблем, которые уже стоят перед человечеством – цифровой разрыв, проблемы правового регулирования сети Интернет, электронной коммерции и налогообложения в этой области, вопросы интеллектуальной собственности, проблемы обеспечения безопасности и сохранение конфиденциальности информации, возможное психологическое воздействие на индивидуальное или массовое сознание в корыстных целях и проч.

 Помимо общемировых проблем становления глобального информационного общества, Россия имеет немаловажные проблемы внутри национальных границ – цифровой разрыв между рядом крупных городов и остальной страной.

 В условиях глобального информационного общества, характеризуемого практически неограниченными возможностями информационного обмена, уровень международного имиджа будет играть большую информационно-воспитательную роль при формировании мировоззрения граждан государства, оценки собственного и других государств.

 Основными особенностями формирования международного имиджа государства в условиях глобального информационного общества являются большая информированность мирового общества о других странах, неограниченный доступ граждан к информации разного характера, касающейся собственной страны и других государств.

 Для России решение проблем формирования собственного международного имиджа имеет немаловажное значение.

 Современная Россия несет на себе груз имиджа бывшей сверхдержавы, одной из двух основ существовавшего недавно биполярного мира. В современной России существует ряд проблем, связанных с формированием собственного имиджа в мире. Многие из этих проблем связаны с переходным периодом в нашей стране, объективными экономическими трудностями перехода к рыночной экономике. Многие проблемы связаны с отсутствием гибкого правового поля, позволявшего проводить еще более взвешенную и адекватную политику в этом направлении.

 Сегодня как никогда становиться понятным, что любые внешнеполитические, экономические и иные успехи любого государства должны подкрепляться соответствующим информационным полем.

 Сегодня необходима актуализация исторической основы имиджа России. Необходимо осознание преемственности исторического, политического развития. Также необходимо увеличить содержательность образа России, активное оперирование продуманными и содержательными образами – это способ реализации имиджа страны.

В условиях формирования информационного общества, в условиях безграничности информационного обмена необходимо осознавать, что международный имидж России может и должен стать основой формирования мировоззрения грядущих поколений.

 Формирование имиджа России в мире, в силу отсутствия или неэффективности механизмов формирования международного имиджа России, сегодня происходит либо стихийно, либо под воздействием информационных политик других государств.

Образ России сознательно демонизируется, российское общество наделяется такими, якобы присущими ему, качествами как жестокость, тяга к разрушению, склонность к злоупотреблениям всех мастей, нравственной распущенности и проч. Можно говорить, что в сознании зарубежного общества выстраивается (или уже выстроился) ассоциативный ряд по отношению к России – Чечня, анархия, бандитизм, коррупция.

 Помимо проведения эффективной внешней политики, необходимо создание эффективной системы информационного противодействия дестабилизирующей и деструктивной информации, активизация государственной и общественной деятельности за рубежом. Это направление, коррекция международного имиджа России может и должно стать одним из приоритетных направлений в процессе формирования международного имиджа России.

 В условиях формирующегося информационного общества, для которого характерны такие признаки как неограниченный информационный обмен, повышение уровня самого процесса передачи информации, необходимо, чтобы система информационного противодействия и формирования международного имиджа России отличалась гибкостью и оперативностью.

 Немаловажным фактором, оказывающим влияние на международный имидж, может стать увеличение правдивой, соответствующей реалиям информации как внутри страны, так и на международной арене.

 Необходимо перенимать опыт других стран по формированию международного имиджа, искать собственные пути решения подобных проблем.

 Решение проблем формирования международного имиджа позволит ответить на вопрос, какой Россию будут воспринимать в ближайшем будущем? Останется ли Россия действующим игроком на международной арене, или превратиться в экзотическую страну матрешек и водки?

 На мой взгляд, правильно сформированный международный имидж России может стать весомым дополнением в процессе возвращения России в число полноценных и значимых игроков на международной арене.

**СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:**

**Источники:**

*Выступление Президента Российской Федерации В.В.Путина на заседании Совета по культуре и искусству.* Москва, Кремль. 5.03.2002.

*Закон Российской Федерации «Об участии в международном информационном обмене»* Российская газета. 05.06.1996.

*Федеральный закон «Об информации, информатизации и защите информации» от 20.02.1995.* Российская газета. 22.02.1995.

*Конституция Российской Федерации. Ст. 29.* Российская газета. 25.12.1993.

*Концепция формирования информационного общества в России*, 1999 // Информационное общество, 1999, №3.

*Окинавская Хартия глобального информационного общества.* Дипломатический вестник, №8, 2000.

**Литература:**

*Артамонов Г.Т., Кристальный Б.В., Курносов И.Н.*  о концептуальной базе построения в России информационного общества // Информационное общество, 1999. № 9.

*Бачило И.Л., Копылов В.А.* Есть ли основания для создания отрасли «Информационное право»? // Информационное общество, 1999, № 6.

1. *Бжезинский З*. Великая шахматная доска. М. 1999.

*Борисов Ю.В.* Шарль-Морис Талейран. М., 1998,

*Бурстин Д.* Имидж. М., 1993.

*Воронин А.* Правила хорошего Интернета // Итоги, 23.03.2004.

*Гаков В.* Компьютер на паровом ходу // Модус, 1999. №2.

*Галумов Э. А.* Международный имидж России. М., 2003.

*Гордеева О.И.* Политический имидж в избирательной компании // Технологии и организация выборных компаний. Зарубежный и отечественный опыт. М., 1997.

1. *Горшков М.* Граждане России об итогах 2000-го и надеждах на 2001-й // Независимая газета. 11.01.01.

 *Дятлов С.А., Толстопятенко А.В.* Интернет-технологии и дистанционное образование // Информационное общество, 2000, № 5.

 *Дракер П.* Посткапиталистичекое общество. СПб., 1999.

*Жданов В.С.* Интернет-магазин // Информационное общество, 1999,

№ 5.

1. *Жилин П.А.* Гибель наполеоновской армии в России. М. Наука, 1974.

*Зонова Т.В.* Дипломатическая служба Италии (исторический очерк). М., 1995.

1. *Карцева Е.* Три лица имиджа, или Кое-что об искусстве внушения // Иностранная литература. 1971. №9.

*Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М., 2000.

*Кашлев Ю.Б.* Становление глобального информационного общества и место России. // *Информация. Дипломатия. Психология.* Сборник материалов «круглого стола» и лекций преподавательской кафедры массовой коммуникации и связей с общественностью ДА МИД России. М., 2002.

1. *Киселев С.Г.* Основной инстинкт цивилизаций и геополитические вызовы России. М. 2003.

*Кочетов А.Н.* Влияние Интернета на развитие общества // Информационное общество, 1999, № 5.

1. *Лаптенок А.* Искусство информации. Выборы: работа с общественностью. Минск, 1995.

*Мелюхин И.С.* Регулирование Интернета // Мелюхин И. С. Информационное общество: истоки, проблемы, тенденции развития. М., 1999.

*Молчанов Н.Н.* Генерал де Голль. М., 1980

*Ноэль-Нойман Э.* Общественное мнение. Открытие спирали молчания. М., 1996.

1. *Панарин И.Н.* Технология информационной войны. М., 2003.

*Панарин И.Н.* Информационные войны и Россия // *Информация. Дипломатия. Психология.* Сборник материалов «круглого стола» и лекций преподавательской кафедры массовой коммуникации и связей с общественностью ДА МИД России. М., 2002.

*Попов В.И.* Современная дипломатия: теория и практика. М. 2003,

1. *Почепцов Г.Г.* Информация & Дезинформация. Киев. 2001.

*Ракитов А.И.* Наш путь к информационному обществу // Теория и практика общественно-научной информации. М. ИНИОН, 1989.

*Ранних А.А*. Информационная безопасность и дипломатическая служба России. // *Информация. Дипломатия. Психология.* Сборник материалов «круглого стола» и лекций преподавательской кафедры массовой коммуникации и связей с общественностью ДА МИД России. М., 2002.

*Рубан Л. С.* Эволюция феномена «Великая держава». Системы коллективной безопасности и современный миропорядок // *Информация. Дипломатия. Психология.* Сборник материалов «круглого стола» и лекций преподавательской кафедры массовой коммуникации и связей с общественностью ДА МИД России. М., 2002.

*Сеидов В.Г.* Государство и СМИ // *Информация. Дипломатия. Психология.* Сборник материалов «круглого стола» и лекций преподавательской кафедры массовой коммуникации и связей с общественностью ДА МИД России. М., 2002.

*Смолян Г.Л., Черешкин Д.С.* Сетевая информационная революция // Информационные ресурсы России, 1997, №4.

Современные международные отношения. Под ред. Торкунова А.В. М., Росспэн, 2001.

*Соколенко В.Г.* Глобальные информационные сети: цивилизационно-культурологический генезис и политическая сущность // *Информация. Дипломатия. Психология.* Сборник материалов «круглого стола» и лекций преподавательской кафедры массовой коммуникации и связей с общественностью ДА МИД России. М., 2002.

*Соколова Н.* Есть мнение, что мнения нет. Над имиджем России в мире никто не работает. // Известия. 10.04.2000.

*Степанова Л., Грибакина Н.* Политический символ как способ политической коммуникации // Прикладная психология. 2000. №1.

*Тавровский Ю.В.* «Спящую красавицу пора будить». Система внешнеполитической информации должна и может соответствовать задачам национального выживания // Независимая газета. 31.03.2000.

*Тоффлер Э.* Третья волна. 1982.

*Трофимов А.* Будущее наци // Профиль, № 15, 19.04.2004.

1. *Федотов А.П.* Глобалистика: Начала науки о современном мире: курс лекций. М. 2002.

*Хачатуров К.А.* Роль международной информации в формировании репутации государства // *Информация. Дипломатия. Психология.* Сборник материалов «круглого стола» и лекций преподавательской кафедры массовой коммуникации и связей с общественностью ДА МИД России. М., 2002.

1. *Чернов А.А.* Становление глобального информационного общества. М., 2003.

*Яковенко А.В.* Современная пресс-служба МИДа России // *Информация. Дипломатия. Психология.* Сборник материалов «круглого стола» и лекций преподавательской кафедры массовой коммуникации и связей с общественностью ДА МИД России. М., 2002.

1. *Bell D.* The Coming of Post-Industrial Society. A Venture in Social Forecasting. N.Y., 1973.
2. *Harr J.E.* The professional Diplomat. NJ, 1969.
3. *Masuda Y.* The Informational Society as Postindustrial Society. Washington. 1983.
4. *Price R.* Memorandum // McGinnis J. The selling of the president 1968. Richmond Hill, 1970.
5. *Reddaway P., Glinski D.* The Tragedy of Russia’s reforms. Washington, D.C. 2001.
6. *Schlesinger A.* The Disuniting of America: Reflections on a Multicultural Society. N.Y. 1992.
7. *Winslow Ch. D., Bramer W. L.* Future Work. Putting Knowledge to Work in the Knowledge Economy. N.Y. 1994.

**Источники в Интернете:**

* 1. www.b2b.ibs.ru/content/67/677-article.asp.htm
	2. www.c-i-a.com/pr\_info.htm
	3. www.e-commerce.ru/archive.htm www.eto.org.uk/twork
	4. www.inosmi.ru/translation/209452.html
	5. www.informburo.net/index.php?option=news&task=viewarticle&sid=1661
	6. www.vimpelcom.com/investor/quotes.html
1. См. *Окинавская Хартия глобального информационного общества* // Дипломатический вестник, №8, 2000. [↑](#footnote-ref-1)
2. См. *Кашлев Ю.Б.* Становление глобального информационного общества и место России // Информация. Дипломатия. Психология. Сборник материалов «круглого стола» и лекций преподавательской кафедры массовой коммуникации и связей с общественностью ДА МИД России. М., 2002. Стр. 23 - 25. [↑](#footnote-ref-2)
3. См. *Кашлев Ю.Б.* Становление глобального информационного общества и место России // Информация. Дипломатия. Психология. Сборник материалов «круглого стола» и лекций преподавательской кафедры массовой коммуникации и связей с общественностью ДА МИД России. М., 2002. Стр. 26. [↑](#footnote-ref-3)
4. Там же. [↑](#footnote-ref-4)
5. См. *Бурстин Д.* Имидж. М., 1993. Стр. 114. [↑](#footnote-ref-5)
6. *Тавровский Ю.В.* Спящую красавицу пора будить // Независимая газета. 31.03.2000.
 [↑](#footnote-ref-6)
7. См. *Галумов Э. А.* Международный имидж России. М., 2003. Стр. 109. [↑](#footnote-ref-7)
8. Почепцов Г.Г. Информация & Дезинформация. Киев. 2001. №2 Галумов Э.А. Международный имидж России. М., 2003, №3 Кашлев Ю.Б. Становление глобального информационного общества и место России // Информация. Дипломатия. Психология. Сборник материалов «круглого стола» и лекций преподавательской кафедры массовой коммуникации и связей с общественностью ДА МИД России. М., 2002, №4 Бурстин Д.Имидж. М., 1993. №5 Чернов А.А. Становление глобального информационного общества. М., 2003, №6 Соколенко В.Г. Глобальные информационные сети: цивилизационно-культурологический генезис и политическая сущность // Информация. Дипломатия. Психология. Сборник материалов «круглого стола» и лекций преподавательской кафедры массовой коммуникации и связей с общественностью ДА МИД России. М., 2002, №7 Хачатуров К.А. Роль международной информации в формировании репутации государства // Информация. Дипломатия. Психология. Сборник материалов «круглого стола» и лекций преподавательской кафедры массовой коммуникации и связей с общественностью ДА МИД России. М., 2002, №8 Рубан Л. С. Эволюция феномена «Великая держава». Системы коллективной безопасности и современный миропорядок // Информация. Дипломатия. Психология. Сборник материалов «круглого стола» и лекций преподавательской кафедры массовой коммуникации и связей с общественностью ДА МИД России. М., 2002, №9 Панарин И.Н. Информационные войны и Россия // Информация. Дипломатия. Психология. Сборник материалов «круглого стола» и лекций преподавательской кафедры массовой коммуникации и связей с общественностью ДА МИД России. М., 2002, №10 Сеидов В.Г. Государство и СМИ // Информация. Дипломатия. Психология. Сборник материалов «круглого стола» и лекций преподавательской кафедры массовой коммуникации и связей с общественностью ДА МИД России. М., 2002, №11 Яковенко А.В. Современная пресс-служба МИДа России // Информация. Дипломатия. Психология. Сборник материалов «круглого стола» и лекций преподавательской кафедры массовой коммуникации и связей с общественностью ДА МИД России. М., 2002, №12 Ранних А.А. Информационная безопасность и дипломатическая служба России // Информация. Дипломатия. Психология. Сборник материалов «круглого стола» и лекций преподавательской кафедры массовой коммуникации и связей с общественностью ДА МИД России. М., 2002. [↑](#footnote-ref-8)
9. Попов В.И. Современная дипломатия: теория и практика. М. 2003, №2 Молчанов Н.Н. Генерал де Голль. М., 1980, №3 Борисов Ю.В. Шарль-Морис Талейран. М., 1998, №4 Зонова Т.В. Дипломатическая служба Италии (исторический очерк). М., 1995. [↑](#footnote-ref-9)
10. См. *Кашлев Ю.Б.* Становление глобального информационного общества и место России // Информация. Дипломатия. Психология. Сборник материалов «круглого стола» и лекций преподавательской кафедры массовой коммуникации и связей с общественностью ДА МИД России. М., 2002. Стр. 16. [↑](#footnote-ref-10)
11. См. *Кашлев Ю.Б.* Становление глобального информационного общества и место России // Информация. Дипломатия. Психология. Сборник материалов «круглого стола» и лекций преподавательской кафедры массовой коммуникации и связей с общественностью ДА МИД России. М., 2002. Стр. 16. [↑](#footnote-ref-11)
12. Там же. Стр. 17. [↑](#footnote-ref-12)
13. Там же. Стр. 17. [↑](#footnote-ref-13)
14. См. *Harr J.E.* The professional Diplomat. NJ, 1969. Pages 356-357. [↑](#footnote-ref-14)
15. См. *Компас.* ИТАР-ТАСС *–*1995. №74. Стр. 53. [↑](#footnote-ref-15)
16. См. *Кашлев Ю.Б.* Становление глобального информационного общества и место России // Информация. Дипломатия. Психология. Сборник материалов «круглого стола» и лекций преподавательской кафедры массовой коммуникации и связей с общественностью ДА МИД России. М., 2002. Стр. 18. [↑](#footnote-ref-16)
17. См. *Гаков В.* Компьютер на паровом ходу // Модус, 1999. №2. Стр. 10-11. [↑](#footnote-ref-17)
18. См. *Чернов А.А.* Становление глобального информационного общества. М., 2003. Стр. 16. [↑](#footnote-ref-18)
19. См. *Кочетов А.Н.* Влияние Интернета на развитие общества // Информационное общество, 1999, № 5. Стр. 43-46. [↑](#footnote-ref-19)
20. См. Материалы Интернет-ресурса «Интернет для журналистов» www.press.ru [↑](#footnote-ref-20)
21. См. *Дятлов С.А., Толстопятенко А.В.* Интернет-технологии и дистанционное образование // Информационное общество, 2000, № 5. Стр. 29-35. [↑](#footnote-ref-21)
22. См. *Жданов В.С.* Интернет-магазин // Информационное общество, 1999, № 5. Стр. 36-37. [↑](#footnote-ref-22)
23. См. Современные международные отношения. Под ред. Торкунова А.В. ,М., Росспэн, 2001. Стр. 52. [↑](#footnote-ref-23)
24. См. *Чернов А.А.* Становление глобального информационного общества. М., 2003. Стр. 23. [↑](#footnote-ref-24)
25. См. *GfK:Все больше европейцев покупают в Интернете.* www.e-commerce.ru/archive.htm (10.06.2002). [↑](#footnote-ref-25)
26. См. *Интернет угрожает традиционным СМИ* // The Globe and Mail, Canada, 02.04.04. [↑](#footnote-ref-26)
27. См. *Status Report on Telework* www.eto.org.uk/twork [↑](#footnote-ref-27)
28. См. *Bell D.* The Coming of Post-Industrial Society. A Venture in Social Forecasting. N.Y., 1973. [↑](#footnote-ref-28)
29. Там же. Стр. 20. [↑](#footnote-ref-29)
30. См. *Masuda Y.* The Informational Society as Postindustrial Society. Washington. 1983. [↑](#footnote-ref-30)
31. См. *Тоффлер Э.* Третья волна. 1982. [↑](#footnote-ref-31)
32. См. *Дракер П.* Посткапиталистичекое общество. СПб., 1999. [↑](#footnote-ref-32)
33. См. *Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М., 2000. [↑](#footnote-ref-33)
34. См. *Ракитов А.И.* Наш путь к информационному обществу // Теория и практика общественно-научной информации. М. ИНИОН, 1989. [↑](#footnote-ref-34)
35. См. *Смолян Г.Л., Черешкин Д.С.* Сетевая информационная революция // Информационные ресурсы России, 1997, №4. Стр. 15-18. [↑](#footnote-ref-35)
36. См. *The Computer Industry Almanac* www.c-i-a.com/pr\_info.htm  [↑](#footnote-ref-36)
37. Там же.  [↑](#footnote-ref-37)
38. См. *The Computer Industry Almanac* www.c-i-a.com/pr\_info.htm  [↑](#footnote-ref-38)
39. Там же. [↑](#footnote-ref-39)
40. См. *Трофимов А.* Будущее наци // Профиль, № 15, 19.04.2004. Стр. 22. [↑](#footnote-ref-40)
41. См. *Воронин А.* Правила хорошего Интернета // Итоги, 23.03.2004. Стр. 38-40. [↑](#footnote-ref-41)
42. См. *Мелюхин И.С.* Регулирование Интернета // Мелюхин И. С. Информационное общество: истоки, проблемы, тенденции развития. М., 1999. Стр. 148-156. [↑](#footnote-ref-42)
43. См. *Бачило И.Л., Копылов В.А.* Есть ли основания для создания отрасли «Информационное право»? // Информационное общество, 1999, № 6. Стр. 49-50. [↑](#footnote-ref-43)
44. См. *Бурстин Д.* Имидж. М., 1993. Стр. 114. [↑](#footnote-ref-44)
45. См. *Лаптенок А.* Искусство информации. Выборы: работа с общественностью. Минск, 1995. Стр. 281. [↑](#footnote-ref-45)
46. См. *Карцева Е.* Три лица имиджа, или Кое-что об искусстве внушения // Иностранная литература. 1971. №9. Стр. 234. [↑](#footnote-ref-46)
47. Цит. *Гордеева О.И.* Политический имидж в избирательной компании// Технологии и организация выборных компаний. Зарубежный и отечественный опыт. М., 1997. Стр. 37. [↑](#footnote-ref-47)
48. Цит. см. *Price R.* Memorandum // McGinnis J. The selling of the president 1968. Richmond Hill, 1970. Page 204. Авт. перевод. [↑](#footnote-ref-48)
49. См. *Степанова Л., Грибакина Н.* Политический символ как способ политической коммуникации // Прикладная психология. 2000. №1. Стр. 29. [↑](#footnote-ref-49)
50. См. *Федотов А.П.* Глобалистика: Начала науки о современном мире: курс лекций. М. 2002. [↑](#footnote-ref-50)
51. См. *Пушкин А.С.* Полное собр. соч.: В 10т. М., Л.: Изд. АН СССР. Т. 10. Стр. 595, 866. [↑](#footnote-ref-51)
52. См. об этом: *Данилевский Н.Я.* Россия и Европа. М., Известия, 2003г. [↑](#footnote-ref-52)
53. Цит. по *Жилин П.А.* Гибель наполеоновской армии в России. М. Наука, 1974. Стр. 283. [↑](#footnote-ref-53)
54. Там же. Стр. 344. [↑](#footnote-ref-54)
55. Цит. по: Наука и жизнь. 1977. №11. [↑](#footnote-ref-55)
56. Там же. [↑](#footnote-ref-56)
57. См. *Бурстин Д.* Имидж. М., 1993. Стр. 114. [↑](#footnote-ref-57)
58. См. *Кашлев Ю.Б.* Становление глобального информационного общества и место России // Информация. Дипломатия. Психология. Сборник материалов «круглого стола» и лекций преподавательской кафедры массовой коммуникации и связей с общественностью ДА МИД России. М., 2002. Стр. 28. [↑](#footnote-ref-58)
59. См. Профиль. 19.04.04. № 15. Стр. 4. [↑](#footnote-ref-59)
60. См. The Times, 15.04.04. [↑](#footnote-ref-60)
61. См. *Бжезинский З*. Великая шахматная доска (Господство Америки и его геостратегические императивы). М. 1999. Стр. 77. [↑](#footnote-ref-61)
62. См. *Киселев С.Г.* Основной инстинкт цивилизаций и геополитические вызовы России. М. 2003. [↑](#footnote-ref-62)
63. См. *Сердечнов А.* Россия слишком увлеклась мазохизмом. http://www.informburo.net/index.php?option=news&task=viewarticle&sid=1661 [↑](#footnote-ref-63)
64. См. *Кашлев Ю.Б.* Становление глобального информационного общества и место России // Информация. Дипломатия. Психология. Сборник материалов «круглого стола» и лекций преподавательской кафедры массовой коммуникации и связей с общественностью ДА МИД России. М., 2002. Стр. 28. [↑](#footnote-ref-64)
65. См. *Артамонов Г.Т., Кристальный Б.В., Курносов И.Н.*  о концептуальной базе построения в России информационного общества // Информационное общество, 1999. № 9. Стр. 17-19. [↑](#footnote-ref-65)
66. См. Концепция формирования информационного общества в России, 1999 // Информационное общество, 1999, №3. Стр. 3-11. [↑](#footnote-ref-66)
67. См. *Кашлев Ю.Б.* Становление глобального информационного общества и место России // Информация. Дипломатия. Психология. Сборник материалов «круглого стола» и лекций преподавательской кафедры массовой коммуникации и связей с общественностью ДА МИД России. М., 2002. Стр. 29. [↑](#footnote-ref-67)
68. См. *Кашлев Ю.Б.* Становление глобального информационного общества и место России // Информация. Дипломатия. Психология. Сборник материалов «круглого стола» и лекций преподавательской кафедры массовой коммуникации и связей с общественностью ДА МИД России. М., 2002. Стр. 29. [↑](#footnote-ref-68)
69. См. www.b2b.ibs.ru/content/67/677-article.asp.htm [↑](#footnote-ref-69)
70. См. www.vimpelcom.com/investor/quotes.html [↑](#footnote-ref-70)
71. См. *Горшков М.* Граждане России об итогах 2000-го и надеждах на 2001-й // Независимая газета. 11.01.01. [↑](#footnote-ref-71)
72. См. *Почепцов Г.* Информация & Дезинформация. Киев. 2001. Стр. 216-220. [↑](#footnote-ref-72)
73. См. *Панарин И.* Технология информационной войны. М., 2003. Стр. 224-225. [↑](#footnote-ref-73)
74. См. *Панарин И.* Технология информационной войны. М., 2003. Стр. 223. [↑](#footnote-ref-74)
75. См. www.inosmi.ru/translation/209452.html [↑](#footnote-ref-75)
76. См. www.inosmi.ru/translation/209253.html [↑](#footnote-ref-76)
77. См. *Хачатуров К.А.* Роль международной информации в формировании репутации государства // Информация. Дипломатия. Психология. Сборник материалов «круглого стола» и лекций преподавательской кафедры массовой коммуникации и связей с общественностью ДА МИД России. М., 2002. Стр. 99. [↑](#footnote-ref-77)
78. См. *Ноэль-Нойман Э.* Общественное мнение. Открытие спирали молчания. М., 1996. [↑](#footnote-ref-78)
79. См. *Тавровский Ю.В.* «Спящую красавицу пора будить». Система внешнеполитической информации должна и может соответствовать задачам национального выживания // Независимая газета. 31.03.2000. [↑](#footnote-ref-79)
80. *Выступление Президента Российской Федерации В.В.Путина на заседании Совета по культуре и искусству.* Москва, Кремль. 5.03.2002. [↑](#footnote-ref-80)
81. См. Независимая газета. 24.04.00. [↑](#footnote-ref-81)
82. См. *Хачатуров К.А.* Роль международной информации в формировании репутации государства // Информация. Дипломатия. Психология. Сборник материалов «круглого стола» и лекций преподавательской кафедры массовой коммуникации и связей с общественностью ДА МИД России. М., 2002. Стр. 111. [↑](#footnote-ref-82)
83. См. *Хачатуров К.А.* Роль международной информации в формировании репутации государства // Информация. Дипломатия. Психология. Сборник материалов «круглого стола» и лекций преподавательской кафедры массовой коммуникации и связей с общественностью ДА МИД России. М., 2002. Стр. 110. [↑](#footnote-ref-83)
84. См. *Тавровский Ю.В.* «Спящую красавицу пора будить». Система внешнеполитической информации должна и может соответствовать задачам национального выживания // Независимая газета. 31.03.2000. [↑](#footnote-ref-84)