Введение

Современная Россия как динамично развивающееся государство ставит перед собой достаточно амбициозные цели: добиваться эффективного влияния и авторитета в мировом пространстве, иметь позитивные результаты в осуществлении своей внешней политики и экономики. В данном контексте достаточно актуальной является проблема имиджа России. Имидж страны – это устойчивый набор черт, приписываемый государству, стабильный образ в сознании людей. Главная функция имиджа – обеспечение легитимности государства как внутри страны, так и на мировой арене. Иными словами, можно говорить о восприятии страны ее собственными гражданами, с одной стороны, и иностранными гражданами – с другой. Причем, как правило, восприятие страны собственными гражданами существенно влияет на восприятие ее иностранными гражданами.

Определение текущего имиджа

В настоящее время, согласно различным исследованиям, можно говорить о следующих особенностях восприятия страны гражданами России:

1. Разочарование процессом модернизации и демократизации, что можно назвать «благожелательным скептицизмом», когда позитивное отношение к самой демократии сочетается со скепсисом в отношении ее практических возможностей.

2. Крайне низкий уровень доверия к тем институтам, которые по своему предназначению призваны «играть на стороне общества», то есть выражать и представлять интересы граждан (парламент, политические партии, судебная система, профсоюзы и т.д.), а также значительное недоверие к государственным органам.

3. Снижение интереса граждан к политике, веры в способность оказывать серьезное влияние на власть. Хотя ценность выборов в общественном сознании по-прежнему достаточно высока (свыше 70% подчеркивают их необходимость как основного и универсального элемента легитимации власти), но одновременно фиксируется снижение интереса к выборам у самой социально активной части населения – молодежи, городского среднего класса.

Восприятие России иностранными гражданами характеризуется следующими особенностями:

1. Достаточно устойчивыми остаются характеристики, присущие советской России.

2. Фрагментарный образ;

3. Превалирование негативных оценок, недоверие к России, что во многом базируется на небольшом объеме реальных знаний о современной России.

С имиджем России связано большое количество проблем, причем как внутри страны, так и на внешней арене. Многие исследователи полагают, что отсутствие вполне определенного, четкого образа России у большинства ее граждан и является одной из главных причин неудачного построения имиджа за пределами страны. Как известно, для решения этой проблемы в 2004 году была предпринята попытка нахождения единой «национальной идеи» и ее внедрения в общественное сознание. Однако она потерпела неудачу уже на этапах поиска.

Нечеткий и двойственный образ России среди ее граждан ведет к тому, что они сами транслируют негативные сообщения о стране в международное информационное пространство. Наиболее важную роль здесь играют, пожалуй, средства массовой информации. Парадоксально, однако, при значительном государственном контроле СМИ, редкая газета сегодня положительно отзывается о власти в России и отражает оптимистичный взгляд в будущее.

На внешнеполитической арене Россия до сих пор ассоциируется с достижениями советского прошлого, к примеру, с освоением космоса, а также – с матрешкой, водкой, гармонью, медведем. В образе России очень мало того, что отражало бы ее постсоветскую действительность, достижения страны 21-го века. На самом деле у России есть пока, безусловно, не столь огромные, но вполне определенные современные «истории успеха» в различных сферах, которые могли бы положительно повлиять на ее имидж и помочь избавиться от ассоциаций с советским наследием.

Текущий имидж России, безусловно, нуждается в существенной корректировке. В настоящее время созданием имиджа России занимаются правительственные структуры, а также ряд специализированных агентств, в большинстве своем, иностранных. До последнего времени работа строилась на кратковременных акциях и отдельных инструментах, не объединенных общей концепцией, таких, как создание иностранных представительств российских СМИ, участие в ярмарках и выставках, проведение форумов и конференций, мониторинг СМИ, а также унификация символики, демонстрируемой иностранному сообществу. Кроме того, как правило, игнорировалась необходимость работы с восприятием России ее гражданами, без чего попытки воздействия на иностранное сообщество во многом теряют смысл. Единственной успешной российской PR-кампанией мирового масштаба можно назвать победу в тендере за проведение зимней Олимпиады в 2014 году. В целом же можно отметить фрагментарность деятельности по формированию имиджа России и отсутствие стратегии.

В перспективе продвижению позиций России в мире должны способствовать созданный в 2005 году англоязычный телеканал Russia Today, призванного предоставлять информацию о российских событиях мировой общественности Северной Америки, Азии, Африки и Австралии, созданный в 2007 году фонд «Русский мир» - популяризатор русского языка и литературы, созданный в 2008 году на частные деньги Институт демократии и сотрудничества, аудитория которого сможет черпать объективную информацию о российской истории и политике, а также ряд схожих по функциям изданий, например, Russia Profile.

К вопросу о системе государственного регулирования миграционных процессов в России

По примеру ряда стран постсоветский период развития России основывается на свободной рыночной экономике, демократических основах государственной власти, равенстве перед законом и незыблемости концепции прав человека и частной собственности. Этапы политического, социального и экономического развития, длившиеся, например, в США около двухсот лет, Россия стремится преодолеть за неполные двадцать. Наблюдается искусственное ускорение процессов развития, с результатами чего, в том числе и непредвиденными, пытается справиться существующая система государственного управления, имеется в виду именно госаппарат как таковой, его структура, связи, кадровые ресурсы. Многие политические процессы не находят должного отражения в действиях органов государственной власти. Вполне естественно, что существующие принципы и нормы государственного управления не всегда способны адекватно отвечать новым вызовам и проблемам, которые ставит стремительная трансформация политической, общественной, экономической и культурной жизни. Из-за этого в современной России можно наблюдать экономическую и социальную незащищенность широких слоев населения; систематические нарушения прав человека; неустойчивость политической системы. Отдельной проблемой, на наш взгляд, стоит демографическая ситуация. Это связано с тем, что на ее состояние влияет огромный набор факторов в совокупности.

Мы сосредоточим внимание на влиянии органов государственной власти и принципов их организации на демографические процессы в России, имея в виду не корректировку показателей рождаемости и смертности, а миграционные потоки из-за рубежа.

В настоящее время основную часть этого потока составляют жители СНГ и КНР. Подавляющее большинство из них – трудовые мигранты, которые пребывают в России временно и которым созданы для этого максимально комфортные условия. За счет них происходит насыщение рынка труда. В некоторых регионах Дальневосточного федерального округа мигранты из соседнего Китая обеспечивают функционирование целых отраслей промышленности и сферы услуг. Но вместе с этим происходит отток денег из страны, а государство лишается потенциальных граждан с постоянным местом жительства и работы в России. Трудовым мигрантам из стран СНГ экономически гораздо выгоднее оставаться таковыми, чем пребывать в России на постоянной основе. А китайские мигранты не имеют возможности продолжительный срок легально находиться в России в силу норм существующего законодательства.

Сегодня основными принципами организации Федеральной миграционной службы являются контроль и надзор, что обеспечивается сотрудниками ФМС на разных уровнях и площадках миграционных процессов, благодаря структуре службы, представленной Управлениями, ответственными за определенный участок работы (иммиграционный контроль, гражданство, трудовая миграция). Более эффективным, на наш взгляд, будет переориентирование деятельности ФМС на организацию миграционных потоков и эффективное управление ими. Необходимо так организовать работу службы, чтобы миграционные процессы не дестабилизировали сложившуюся ситуацию и не наносили ущерб обществу и государству, не нарушали динамику происходящих процессов и не противостояли устоявшимся связям. Следует таким образом выстроить систему регулирования миграции, чтобы способствовать двусторонней адаптации принимающего общества и мигрантов и превращение последних в россиян. На это следует обратить максимум внимания органам, ответственным за миграцию, и перейти от непосредственного механического контроля к управлению миграционными процессами.

В этих целях, по нашему мнению, необходимо создать Управление ФМС России, ответственное за прогнозирование и анализ перспектив в управлении миграционными процессами и приток новых граждан в страну, который нужно соответствующим образом направлять и контролировать. В эту работу должен активно включиться Научный совет ФМС, который поддерживает работу службы научными разработками.

Внешняя миграция может быть источником высокой численности населения вместе с увеличением естественного прироста. Естественно, что мигранты, претендующие на гражданство, должны соответствовать определенным требованиям, среди которых должны фигурировать образование и профессия, и быть в состоянии подтвердить заявленные о себе сведения. Мигранты должны быть знакомы с языком, культурой и обычаями нашей страны. В случае если мигрант удовлетворяет критериям, предъявляемым для желающих получить гражданство, ему оказывается помощь по переселению и социализации на новом месте. Справедливо будет вменить обязанности правительству и профильным организациям контроль и управление этим процессом. Нечто подобное, но в другом масштабе, реализуется сейчас в рамках программы по переселению соотечественников из-за рубежа.

В этом случае будет правильно передать некоторые функции ФМС другим структурам МВД. К примеру, работу по регистрации населения и паспортному контролю целесообразнее передать в один из Департаментов МВД.

Акцент реформ в миграционной сфере должен быть сделан на управление миграционными процессами с учетом тенденций в общемировом движении населения, частью которого является внешняя и внутренняя миграция населения в России. Вместе с программами по адаптации мигрантов и их безопасному включению в российское общество это позволит избежать в будущем кризиса, первые проявления которого уже ощутили страны Западной Европы и США.

Детерминанты политического поведения: синергетический аспект

Проблема выявления мотиваций и детерминант политического поведения индивидов серьезно интересуют как самих политиков, так и представителей политической науки. В то же время попытки выделить их и научно обосновать позволили лишь сформировать перечень основных элементов поведенческой активности человека. В чем сложность данной проблемы?

Общественное поведение человека зиждется на едином биосоциальном фундаменте. Индивид является средоточием множества поведенческих "программ", большую часть которых он не осознает. Современная наука только приближается к пониманию того, что является биологически обусловленной формой поведения, а что социально детерминировано. Невозможно также установить четкие границы "политического", ибо оппонирующие в борьбе за власть субъекты постоянно варьируют его рамки в соответствии со своими целями и интересами. Любое общественное событие или факт, как правило, различно, порой диаметрально противоположно, интерпретируются на разных сегментах политического спектра. Зачастую к политическому поведению относят и обыденные человеческие реакции.

Существующие теории политического поведения более соответствуют стабильным состояниям политической системы, постулируя в качестве основных его детерминант отдельные факторы общественной и политической жизни, либо внутренние эмоционально-психологические состояния индивида. Тем самым из конкретной сложности и многообразия взаимосвязей данного явления выбирается один-единственный фактор, который с наибольшей вероятностью ясно и однозначно должен объяснить следствия конкретной теории.

Мотивация политического поведения не поддается рациональной рефлексии в силу полифакторности его детерминированности. Невозможно точно описать это явление бесконечной степени сложности, так как введение достаточно большого числа переменных, наиболее полно отражающих его качественную определенность, создает практически непреодолимые трудности с верификацией. Оценить вес факторов, и то крайне приблизительно, возможно лишь в стабильно равновесных состояниях политической системы, так как относительный вес факторов меняется вместе с изменением обстановки. В нестабильных ситуациях, когда исходные условия регулярно и непредсказуемо изменяются, произвести прогностическую оценку их влияния на политическое поведение принципиально невозможно. Необходимо исходить из вероятностного характера поведения и мотивации людей.

Политическое поведение – реакция индивидов или социальных групп на реальные или мнимые, но субъективно переживаемые как действительные, противоречия общественной или политической жизни, порождающих нестабильные условия их существования. Формы, характер, содержание этих реакций, производных от данных противоречий, могут быть совершенно различными, даже при внешне схожих обстоятельствах.

Установление определенных закономерностей политического поведения становится возможным благодаря тому, что поведение индивида опосредуется массой. В современном мире человек практически никогда не остается наедине с собой. Он постоянно "включен" в информационно-коммуникативные процессы посредством Интернета, локальных сетей, воздействия СМИ, словно находясь в центре гигантской паутины. Оценить характер влияния противоположно направленных информационных потоков на поведение, более того пытаться на него воздействовать, при доминировании в информационном пространстве действительно плюральных СМИ вряд ли возможно.

Если в условиях стабильности индивиды ведут себя, как правило, независимо, и могут игнорировать других, то переход в неравновесное состояние "пробуждает" их политическое поведение, заставляет устанавливать взаимные связи и организовываться. Создаются структуры, где каждый участник информирован о состоянии системы в целом. Тем самым отдельные человеческие сообщества ведут себя как единое целое, как вместилище однонаправленных сил, приобретая эмерджентные свойства. Поведение, политический потенциал подобных структур выходят на качественно иной уровень, чем у неорганизованной людской совокупности. В то же время само включение индивида в группу как структурного элемента, заставляет его подчиняться не индивидуальным программам поведения, а закономерностям функционирования сложных социальных систем, актуализирует доминирование эмоционально-психологических факторов над рациональными мотивами.

В условиях кризиса, когда резко сокращается продолжительность циклов политических и социальных процессов, временные потоки различных социальных групп окончательно рассогласовываются. Политемпоральность, разнонаправленность временных потоков и определяет во многом течение политических процессов и поведение масс. В отсутствие четко обозначенных целей, признанных лидеров, при недееспособности прежних социальных регуляторов характер политического поведения становится крайне нестабильным, резко расширяются рамки приемлемого и дозволенного.

Возрастает роль и значение психологических механизмов формирования поведения на уровне социальных групп. Политические лидеры сталкиваются с массами, демонстрирующими своим поведением странный и неожиданный иррационализм. Массы ищут лидеров, способных предложить новые, выглядящие реально осуществимыми именно в данный момент подходы в направлении обеспечения выживания социума.

Представляется, что целью исследований должно стать не столько выявление конкретных мотивов и детерминант политического поведения субъектов и форм его проявления, сколько прогнозирование реакций политической системы на производимые этим поведением изменения. Важно представлять критические пределы ее адаптационных возможностей к подобным флуктуациям и способности к адекватному моделированию массового поведения. Общество в процессе модернизации приобретает принципиально новые качества, нарушающие существовавшую прежде когерентность взаимодействия политических институтов и способные вызвать чрезмерно разрушительную реакцию масс на функционирование властных структур. Поэтому необходима предварительная проработка политических технологий, позволяющих влиять на поведение масс; своевременно купировать появление и влияние тех промежуточных политических аттракторов, действия которых могут привести к необратимой дестабилизации ситуации. При этом осуществление власти не должно сбиваться исключительно на банальные авторитарные и репрессивные методы.

Имидж политических партий в условиях информационного общества

Политическая партия в силу ряда объективных причин физически не может взаимодействовать со всеми потенциальными избирателями, поэтому особую роль в процессе формирования восприятия обществом данной партии приобретают коммуникационные технологии, в частности, СМИ. Именно информационное общество подчас определяет то, как будет позиционироваться в общественном сознании та или иная партия, тот или иной политик. Причем речь идет не только о создании позитивного образа политического актора – нельзя забывать и о PR, направленном на разрушение образа политического оппонента.

Помимо формирования имиджа, для партии также очень важен процесс коммуникации со своими политическими конкурентами; поскольку партии взаимодействуют на одном и том же политическом поле, борются за один и тот же электорат, то вопросы разрушения чужого образа принимают особенное значение в современных избирательных кампаниях. В этом процессе важную роль играют СМИ и другие информационные источники.

Политическим имидж, столь тщательно создаваемый каждой партией, может понести весьма серьезный урон из-за деятельности СМИ, направленной против него. В век всеобщей информатизации и господства в обществе информационных технологий политическим партиям (равно как и другим политическим акторам) необходимо уделять особо пристальное внимание взаимодействию со СМИ; игнорирование вопроса коммуникации в медиакратическом обществе приводит к потере партией всякой привлекательности для избирателей.

Сегодняшнее общество становится все более индивидуалистичным, прагматичным, апатичным к политике и ее проявлениям в общественной жизни. Именно поэтому взаимодействие политических партий и СМИ, современных технотелемедиумов, выходит на первое место в процессе формирования политического имиджа.

Главной целью данной работы было:

• проанализировать сложившуюся в современном обществе систему взаимодействия политических партий и средств массовой коммуникации,

• определить основные точки соприкосновения партий и СМИ в процессе формирования политического имиджа,

• выявить наиболее важные моменты, влияющие на построение имиджа политической партии в условиях информационного общества.

Основным методом, используемым в процессе данной работы, был анализ опыта предвыборных кампаний политических партий разных годов с целью выявления роли информационных технологий в процессе создания имиджа партии, а также анализ коммуникаций партий со СМИ в процессе своей непосредственной деятельности.

Проведенный анализ продемонстрировал ту важную роль, которую играют средства массовой информации в современном медиакратическом обществе в процессе формирования и разрушения имиджа политических партий. Без участия СМИ, которые подчас и формируют общественное мнение, уже не обходится ни одно политическое событие; часто партии сами создают так называемые «информационные поводы», правильное освещение которых в СМИ позволяет укрепить формируемый образ партии либо, наоборот, нанести удар по имиджу политических конкурентов.

В современных избирательных кампаниях информационным технологиям отводится особое место в процессе формирования имиджа политической партии. То, как будет позиционироваться та или иная партия, напрямую зависит от того, как СМИ будут освещать деятельность лидеров и рядовых членов данной партии. Не секрет, что средний избиратель мало интересуется политикой, не смотрит политические программы и уж тем более не читает программы политических партий. Поэтому особое значение приобретают те информационные сообщения, которые транслируются СМИ в общественное сознание. Электорат воспринимает не программы политических партий, а их образ, который тщательно формируется благодаря взаимодействию партий и СМИ. Именно поэтому в процессе формирования имиджа партии (как и любой другой организации) всегда необходимо учитывать основные тенденции информационного общества, проводить постоянную работу со средствами массовой коммуникации, стремиться к активному взаимодействию со СМИ на протяжении не только предвыборной кампании, но и после ее завершения. Информационная деятельность государственных структур оказывает значительное воздействие на степень восприятия и оценки общественностью мероприятий, проводимых органами государственной власти, что, в свою очередь, во многом определяет уровень доверия к действующему руководству страны. В России государством предпринимаются определенные усилия по оптимизации информационной политики, в частности посредством реализации федеральной целевой программы «Электронная Россия», модернизации информационных служб федеральных органов власти. Тем не менее, на сегодняшний день система исполнительной власти в России по-прежнему остается практически закрытой для граждан и бизнеса. По данным международных исследований, по индексу прозрачности Россия среди 48 крупнейших держав занимает 40-е место, располагаясь между Саудовской Аравией и Египтом.

Заключение

Современный имидж российского государства, безусловно, во многом будет зависеть от успехов его модернизации и демократизации. Тем не менее, грамотно выстроенная, стратегическая информационная политика уже сегодня способна существенно изменить имидж страны к лучшему.

В условиях существующей в мире многопартийности, наличия множества общественных организаций и движений, вопросы, связанные с формированием имиджа политических партий приобретают особое значение. Безусловно, формирование имиджа политических партий в настоящее время является одним из наиболее эффективных инструментов влияния на избирателя, с помощью которого политические партии и их лидеры легитимируют свою роль во властных структурах государства. А учитывая тот факт, что избиратель в большинстве случаев не включен в процесс реальной политики и имеет весьма отдаленное представление об политических акторах, определяющим для него при принятии решения в ситуации выбора является имидж политического деятеля или политической партии, который зачастую весьма существенно отличается от того, что собой та или иная партии или политический деятель представляют в действительности.

Список литературы

1. Егорова-Гантман Е, Минтусов И. Политическое консультирование. М.: Центр Политического консультирования «Никколо М», 2007.
2. Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз для профессионалов. – М.:Рефл.-бук, К.: Ваклер, 2008.
3. Политическая реклама. - М.: Центр Политического консультирования «Никколо М», 2009.
4. Ольшанский Д.В., Пеньков В.Ф. Политический консалтинг. Спб.: изд. Питер, 2007.
5. Почепцов Г.Г. Имиджиология. – К.:Рефл.-бук Ваклер, 2009.
6. Пригожин И., Стенгерс И. Порядок из хаоса. - М.: Комкнига, 2008.
7. Ельчанинов М.С. Социальная синергетика и катастрофы России в эпоху модерна. - М.: Комкнига, 2009.
8. Карадже Т.В. Политическая философия. - М.: Мысль, 2008.
9. Назаретян А.П. Психология стихийного массового поведения. - М.: Академия, 2008.
10. Ольшански Д.В. Основы политической психологии. - Екатеринбург: Деловая книга, 2007.