

Секция «Политическая коммуникация в современном мире»

**Формирование положительного имиджа государства в кризисных ситуациях**

**Чиндяскина Юлия Анатольевна**

*Студент (бакалавр)*

Саратовский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского, Саратов, Россия

*E-mail: marusya1605@mail.ru*

В динамично развивающемся обществе с преобладанием информационных технологий ни одно государство не может игнорировать разработку имиджевых стратегий. Благоприятное представление о государстве как внутри страны, так и на международной арене представляет собой систематическую и целенаправленную государственную политику в различных сферах - экономической, социальной, культурной, образовательной и т.д.

Информационные кампании выступают наиболее удачным средством изменения имиджа государства. Ю.С. Мартынова выделяет пять типов образов, формируемых государством:

- 1) имидж государства в целом (включая и его образы прошлого);
- 2) имидж генеральной линии, политического курса правящего режима);
- 3) имидж отдельных государственных институтов и образований (министерств, ведомств, региональных властей);
- 4) имидж конкретных политических проектов и целей;
- 5) имидж отдельных государственных деятелей (лидеров) [п3].

Необходимо отметить, что представления граждан о России неоднородны и неоднозначны. С одной стороны, отмечается успешная борьба с терроризмом, отстаивание самобытности и государственных интересов в мире. С другой стороны, экономическая слабость, укрепление идей авторитаризма, отдаленность власти от народа, низкий уровень жизни населения, некачественная медицина, ограничительная политика государства.

Понимания места и роли России в системе международных отношений также противоположны и зависят от характера взаимоотношений между странами. Несовпадение правительственных ожиданий ведет к позиционированию РФ в качестве конкурента или агрессора, однонаправленные интересы - к статусу партнера или нейтрального государства.

Разнообразные оценки текущего внутреннего и международного положения российского государства обосновывают актуальность изучения позитивного образа страны в условиях кризиса (безопасности и экономики).

По нашему мнению, образ России концентрирует внимание аудитории в большинстве своем на внешней политике. А именно, на сюжетах борьбы с терроризмом. РФ стремится к имиджу сильной и великой державы, воплощением которой является военная мощь и авторитет за рубежом. В этом случае, действительная картина текущего социального, экономического и политического положения в стране искажается. К сожалению, игнорирование внутренних проблем всегда приводит к недоверию граждан к власти, что, несомненно, приводит к ее краху.

Здесь особое внимание следует уделить кризисной риторике первых лиц государства. Основная цель обращений политиков заключается в снижение тревожности общества [п2]. Кризисные обращения являются составным элементом систематической государственной политики, для которой формирование позитивного образа государства является основной

целью [n1].

На основании изложенного можно сформулировать дополнительные рекомендации по формированию имиджа РФ. Необходимо создать образ государства с развитой экономикой, социальной политикой и развивающейся наукой. Этот образ должен подтвердиться в действиях по повышению уровня жизни и благосостояния населения, высоких темпах развития сельскохозяйственного и промышленного развития, перераспределения бюджетных средств в сферу инновации. В погоне за статусом мировой державы, мы не должны забывать о богатом культурном развитии страны, духовных и нравственных ценностях, которые имеют право стать основными источниками формирования положительного образа государства в кризисной ситуации.

### **Источники и литература**

- 1) Томова Ю.А. Формирование позитивного образа государства в условиях кризисного события // Политическая лингвистика. 2014. № 2. С. 190-194.
- 2) Федякин А. В. Зарубежный опыт политики формирования позитивного образа государства: сравнительный анализ теории и практики. М., 2009.
- 3) Мир и политика: <http://mir-politika.ru/>