

Министерство образования и науки
Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра политических наук

**ИМИДЖ РОССИИ И АМЕРИКИ В РЕЧАХ
С.В. ЛАВРОВА И ДЖ. КЕРРИ**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 4 курса 421 группы
направления 41.03.04 «Политология»
юридического факультета
Дреница Валентины

Научный руководитель
к.п.н., доцент

_____ Казаков А.А.
подпись, дата

Зав. кафедрой политически наук
д.п.н., профессор

_____ Вилков А.А.
подпись, дата

Саратов 2017 г.

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность исследования. В XXI веке тенденция по усилению роли имиджа государства обозначилась наиболее ярко. Практика демонстрирует влияние государственного имиджа на успешность осуществления внутренней и внешней политики страны.

Успешный имидж страны во внутренней политике помогает обществу оставаться спокойным, стабильным за счёт того, что поддерживает высокий уровень доверия населения к президенту, правительству, парламенту и т.д. Во внешней политике государственный имидж является одним из главных инструментов решения возникающих проблем и вопросов. Он позволяет эффективно продвигать свои инициативы в международных организациях, а также, привлекая на свою сторону союзников, препятствовать чужим. Государственный имидж способствует и росту инвестиционной привлекательности: чем позитивнее имидж, тем успешнее торговое и экономическое сотрудничество.

Учитывая глобалистские тенденции развития нашего мира и возрастающее влияние СМИ, государства всё чаще обращаются к внешнеполитической стратегии «мягкой силы», проповедующей, что для достижения целей необязательно жёстко давить или угрожать. Достаточно создать привлекательный имидж страны, преподнося своё государство как защитника мирового порядка и международных норм и правил, как центр культурного и научного развития, как миссионера, оказывающего гуманитарную помощь безвозмездно, как противника силовых и военных методов наведения порядка и прочее, успешно закрепляя данные установки (даже если они частично или полностью не соответствуют действительности) в массовом сознании разными способами.

Кто может эффективно способствовать имиджформирующему процессу? Например, главы внешнеполитических ведомств – такие, как министр иностранных дел РФ С.В. Лавров и 68-й государственный секретарь США Дж.Керри. Они широко известны и уважаемы, их мнения и оценки

авторитетны, поэтому, пользуясь своим влиянием, они могут оказывать нужное воздействие на международной арене. Их потенциал в формировании и изменении имиджа своего государства и государства оппонента, бесспорно, велик, а потому совершенно очевидно, что при такой роли имиджа в жизни страны политики, занимающие столь высокие государственные посты, должны планомерно заниматься конструированием его позитивного образа.

В связи с этим определенную значимость для науки приобретает изучение возможностей глав внешнеполитических ведомств в формировании государственного имиджа. Отступление от уже ставшим классическим изучения влияния непосредственно самого имиджа политического деятеля и перемещение акцентов на изучение потенциала его выступлений, на возможности их воздействия на общественное мнение представляется новым и ещё мало изученным направлением, которое, однако, может многое дать политической науке.

Степень научной разработанности проблемы: объем литературы, в которой так или иначе затрагивается тема настоящего исследования, достаточно велик. Условно опубликованные труды по данной теме можно разделить на несколько блоков.

Первый блок посвящён имиджу в целом. Учёные, работавшие в этом ключе, стремились не только дать более-менее однозначное понятие имиджу, но и писали о его функциях, о причинах его воздействия на общество, отдельно изучали его характеристики и особенности, способы формирования¹.

Второй блок включает в себя тех исследователей, которые изучали непосредственно политический имидж государства, искали его сходства и

¹ Лебон Г. «Психология народов и масс». СПб. 1995. – 277 с.; Деркач А.А., Перельгина Е.Б. «Политическая имиджелогия». М.: Аспект Пресс. 2006. – 400с.; Жмыриков А.Н. «Как победить на выборах: Психотехника эффективного проведения избирательной кампании: Научно-практическое пособие» Обнинск: Титул, 1995. – 128 с.; Панасюк А. Ю. «Формирование имиджа: стратегия, психотехнология, психотехника». Изд.: Омега-Л., 2009. – 272 с.; Перельгина Е. Б. «Психология имиджа: Учебное пособие». М.: Аспект Пресс, 2002; Почепцов Г. Г. «Профессия: имиджмейкер». — 2-е изд., испр. и доп. — СПб.: Алетейя, 2001. — 256 с.; Шепель В.М. «Имиджелогия. Как нравиться людям». М.: Народное образование, 2002. – 406 с.

отличия от имиджа лидера или кампании, объясняли особенности построения и функционирования, выявляли риски².

В отдельный блок работ можно выделить исследования методов анализа текстов. В основном эти труды посвящены особенностям построения политических текстов и использования в них тех или иных приёмов, а также в них объясняются способы анализа политических текстов письменных и устных³.

² Вилков А.А., Казаков А.А. «Политические технологии формирования имиджей России и США в процессе информационно-коммуникационного взаимодействия.(на материалах «Российской газеты» и «Вашингтон Пост» 2007-2008 гг.)». Саратов: Издательский центр «Наука».2010. – 169 с.; Гарусова Л.Н. «Имиджи России и США как факторы международных отношений». Владивосток: Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, №3. 2012. – 147-160с.; Давыборец Е.Н., Кузьмина О.В., Мефодьева С.А. «Классификация технологий имиджа государства». Чита: Вестник Забайкальского Государственного Университета. 2016. – 60-66 с.; Девлеканова К. А. «Конкурентоспособный политический имидж современного государства». - Веснік Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта. Сер. 3, Гісторыя. Філасофія. Псіхалогія. Паліталогія. Сацыялогія. Эканоміка. Права. - 2010. - N 3. - С. 56-59; Казаков А. Имидж политической власти в России и США (анализ материалов печатных периодических изданий и результатов социологических опросов) / Политические проблемы современного общества: Сборник статей студентов, аспирантов, докторантов и преподавателей по специальности «Политология». Саратов: Издательский центр «Наука», 2009. – Вып. 12. С. 40-46. Лябухов И.В. «Формирование позитивного имиджа Российской Федерации на международной арене: Возможности и потенциал МИД России». Томск: Вестник Томского Государственного Университета, №3(19), 2012. – 14-28 с.; Полонская Д.Д. «Влияние политической мифологии на имидж государства». М.: Comparative politics, №4(16-17), 2014; Телегина К.И. «Понятие и структура имиджа государства». Тамбов: Грамота, № 12 (50). 2014. –191-194 с.

³ Алтунян А.Г. «Анализ политических текстов. Курс лекций». М.: Логос, 2006. – 384с.; Аласания К.Ю. «Методы анализа политического текста». Режим доступа URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/metody-analiza-politicheskogo-teksta> (дата обращения 15.05.2017); Вилков А.А., Казаков А.А. «Политические технологии формирования имиджей России и США в процессе информационно-коммуникационного взаимодействия.(на материалах «Российской газеты» и «Вашингтон Пост» 2007-2008 гг.)». Саратов: Издательский центр «Наука».2010. – 169 с.; Казаков А. Методологические ограничения анализа текстов средств массовой коммуникации // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Социология. Политология. 2015. Т. 15. Выпуск 3. С. 81-85.; Казаков А. Способы языкового манипулирования в политическом медиадискурсе: попытка систематизации // Политическая лингвистика. 2013. №3(45). С. 87-91. ISSN 1999-2629; Лисовский С.Ф., Евстафьев В.А. «Избирательные технологии: История, теория, практика: Визуализированная трактовка А.Бильжо: Учеб. пособие для кандидатов и избирателей». - М.: РАУ Университет, 2000. - 319; Митина О.В., Евдокименко А.С. «Методы анализа текста: методологические основания и программная реализация». Режим доступа URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/metody-analiza-teksta-metodologicheskie-osnovaniya-i-programmnaya-realizatsiya> (дата обращения 15.05.2017); Шевченко А. Ю. «Дискурсивный анализ материалов массовой коммуникации». Сборник научных трудов «Теория

Анализ степени научной разработанности проблемы позволяет нам сделать следующий вывод: исследователи достаточно активно изучают вопросы формирования имиджа в целом и конкретно имиджа государства, разрабатывают способы и пути его создания. Однако, в месте с тем, в настоящий момент в отечественной науке еще нет работ, в которых анализировались бы выступления С.В. Лаврова и Дж. Керри.

Объектом исследования выступает процесс формирования политического имиджа государства.

Предметом исследования стали технологии, которые используют С.В. Лавров и Дж. Керри для воздействия на публику с целью сформировать у них определенное представление о России и Америке.

Цель исследования – выявить основные направления коммуникационной политики при формировании имиджа Российской Федерации и Соединённых Штатов Америки на международной арене и технологии её реализации на примере выступлений министров иностранных дел данных стран.

Для реализации поставленной цели были сформулированы следующие задачи:

- Выяснить суть и специфику термина «имидж государства»;
- Выявить особенности построения и функционирования имиджа государства;
- Определить роль глав внешнеполитических ведомств в имиджформирующем процессе;
- Проанализировать выступления С.В. Лавров и Дж. Керри за 2015 - 2016 годы;
- Структурировать полученные результаты и выявить особенности формируемого министрами имиджа своей страны и государства оппонента.

Теоретико-методологическую базу данного исследования составили

общенаучные принципы исследования (объективности, всестороннего анализа, историзма и др.), основные идеи и положения, категории политологии, труды российских и зарубежных учёных, посвященные имиджелогии, имиджу государства и способам вычленения политического имиджа страны из контекста. Кроме того, применялся метод дискурс-анализа для изучения выступления С.В. Лаврова и Дж. Керри. Его применение позволило провести связь между отдельными фрагментами выступлений по конкретному сюжету не только в пределах одного текста, но и в рамках всех выступлений за исследованный период, а также найти скрытые смыслы, мотивы и определить истинных адресатов сообщений. Кроме этого, для определения основных сюжетов выступлений С.В. Лаврова и Дж. Керри применялся контент-анализ.

Характеристика источников. В качестве источников были использованы 607 стенограмм выступлений: из которых 231 стенограмма выступлений приходится на министра иностранных дел России С.В. Лаврова (взяты с официального сайта МИДа РФ) и 376 стенограмм выступлений – на 68-го государственного секретаря Америки Дж. Керри (с официального сайта Госдепартамента США). В «Приложении А» приведён список выступлений обоих министров, использованных в ВКР.

Структурно работа состоит из введения, двух глав (первая посвящена теоретическим аспектам государственного имиджа, вторая – непосредственно анализу выступлений С.В. Лаврова и Дж. Керри), заключения, списка использованных источников и литературы и приложения.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

В главе 1 «Теоретические аспекты политического имиджа государства» рассмотрены основные подходы к анализу государственного имиджа и методологические основания для анализа выступлений публичных политиков.

В разделе 1.1 «Основные подходы к анализу политического имиджа государства, РФ и США» рассмотрен факт усиления роли имиджа в «жизни»

страны. Это усиление проявляется в том влиянии, которое государственный имидж оказывает на внешнюю и внутреннюю жизнь страны, на политическую и социально-экономическую сферы и т.д. В XXI в. грамотно построенный государственный имидж является залогом успехов страны во всех начинаниях, является ключевой характеристикой, позволяющей считаться государству конкурентоспособным. Вместе с укреплением роли имиджа в жизнедеятельности страны мы наблюдаем тенденцию формирования государственного имиджа искусственными методами (в силу их дешевизны и простоты). Для этих целей в имиджформирующие процессы вовлекаются внешнеполитические ведомства и, в первую очередь, их главы: в Российской Федерации – это Министр иностранных дел, в Соединённых Штатах Америки – это Государственный секретарь. Через свои выступления или ответы на вопросы СМИ в рамках пресс-конференций, через отдельные комментарии, публикуемые на государственных сайтах, или статьи и интервью, они способны оказывать влияние на граждан своей страны и мировое сообщество, меняя или корректируя их отношение к тому или иному государству.

Раздел 1.2 «Методологические основания анализа выступлений публичных политиков» посвящён таким методам анализа политических текстов, как контент-, ивент- и дискурс-анализ.

В главе 2 «Имиджи России и США в речах С.В. Лаврова и Дж. Керри» приведены результаты анализа выступлений С.В. Лаврова и Дж. Керри.

Раздел 2.1 «Особенности имиджей РФ и США в выступлениях С.В. Лаврова» содержит анализ выступлений министра иностранных дел России С.В. Лаврова, по итогам которого сделан вывод, что независимо от тематики выступления С.В. Лавров преследует целью продемонстрировать стройную логику действий России, её нацеленность на решение мировых проблем через международные организации и только с опорой на писанные законы и правила; отрицание возможности своеговольного вмешательства во внутреннюю политику соседнего государства; необходимость избегания политизации и идеологизации. Россия – та страна, которая помогает без

корыстных целей и каких-либо условий, которая оказывает безвозмездную гуманитарную помощь тем, кому это нужно. С.В. Лавров противопоставляет Россию – признающую и поддерживающую объективные процессы рассредоточения глобальной мощи и формирование полицентричного мироустройства, - Америке, стремящейся всеми силами удержать за собой лидерство и титул «исключительности» любыми средствами и методами и не желающей считаться с интересами других участников мирового сообщества.

Раздел 2.2 «Специфика имиджей США и РФ в выступлениях Дж. Керри» также содержит анализ выступлений 68-го государственного секретаря Америки Дж. Керри. По итогам проведённого анализа, можно говорить о том, что США по Дж. Керри – это страна, активно действующая на мировой арене. По американским инициативам учреждаются международные комитеты для борьбы с терроризмом, США содействует тем, кто желает перенять американские демократические ценности и, оказывая разноплановую помощь, помогают мировым державам переходить к более легитимным и демократическим режимам. Америка всегда настаивает на соблюдении суверенных прав соседних государств, а нарушающих их готова сначала дипломатическими увещеваниями, а потому уже более чувствительными методами заставлять соблюдать их. Америка – динамичное государство, умеющее признавать свои ошибки и отступаться от политического курса, который не работает или работает, но во вред себе. Секрет успеха США в быстром и эффективном решении проблем как внутри своей страны, так и за её пределами, заключается в «Американской гениальности и креативности». Америка – незаменима, её роль в мире настолько важна, что мир всё больше и больше приходит к пониманию, что он нуждается в американском управлении как никогда до этого.

Раздел 2.3 «Сравнение позиций С.В. Лаврова и Дж. Керри» посвящён сравнительному анализу методов и приёмов обоих министров с использованием графиков, как наглядного способа продемонстрировать динамику численности выступлений по тем или иным сюжетам.

В «Заключении» кратко сформулированы основные выводы проведенного исследования. Главными выводами стали то, что имидж государства – это его национальный капитал, позволяющий ему успешно осуществлять свою внутреннюю и, в первую очередь, внешнюю политику. Именно это обуславливает рост его влияния и тот интерес, который он привлекает к себе. Это неисчерпаемый ресурс, который можно восполнять как естественными путём, так и искусственным. Всё больше стран выбирают второй путь, т.к. благодаря растущей информатизации общества он менее затратен и более быстр. Воздействие «мягкой силы» происходит через различные каналы: это и телерадиовещание, и печатная продукция, всё больше перебирающаяся в интернет, и, собственно, сам интернет.

Такое положение вещей упрощает работу одного из главных имиджформирующих агентов – внешнеполитического ведомства. Имея свой сайт в интернете и выкладывая туда видеозаписи выступлений, совместных заявлений в ходе пресс-конференций, стенограммы переговоров, письма, ответы на вопросы СМИ оно может постоянно держать общественность в курсе дел, но самое важное – оказывать влияние на граждан своей страны и мировое сообщество, манипулировать ими, меняя или корректируя их отношение к тому или иному государству. На примерах глав Министерства Иностранных Дел России и Государственного департамента Америки мы отчётливо видим, как они активно и успешно используют эту возможность для освещения своей политики.

Приёмы, к которым прибегали министр иностранных дел России С.В. Лавров и государственный секретарь Америки Дж. Керри, неподготовленному человеку трудно увидеть, они намеренно скрыты. Поэтому мы прибегали к методам контент- (кто о чём и как говорит), ивент- (кто инициатор сообщения, какова связь этого сообщения с ситуацией, кто реципиент и т.д.) и дискурс-анализа (поиск подоплёки и скрытых смыслов).

Результатом проведённого анализа выступлений министров за 2015-2016 годы стал наглядный пример того, как по-разному представляют Россию

и США в своих речах министр иностранных дел С.В. Лавров и госсекретарь Дж. Керри, как одни и те же события они освещают с разных сторон, какие противоположные оценки они дают себе и оппоненту.