

Секция «Внешняя политика России в условиях нового мирового порядка»

## **Формирование положительного внешнеполитического имиджа Российской Федерации: теория и практика**

**Научный руководитель – Дибас Оксана Андреевна**

***Ковшарь Мария Константиновна***

*Студент (магистр)*

Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко, Луганск, Украина

*E-mail: masha.kovshar@yandex.ua*

В современных условиях развития миропорядка, информационный фактор оказывает все большее влияние на мировую политику. В этом ключе, сегодня для любого государства важное значение имеет отношение к нему мировой общественности, то есть его международный имидж.

В российской политологической науке не существует единого мнения относительно понятия и сущности имиджа. Политологический аспект рассматриваемого слова отображен в определении Галумова Э.А., который рассматривал имидж как результат восприятия эволюционного развития государства, комплекса его характеристик [4, с.12].

Важность формирования положительного внешнеполитического имиджа страны определяется его возможностью влиять на восприятие государства, как самими его гражданами, так и внешними субъектами. Это позволяет обеспечить внутреннюю стабильность государства, легитимацию существующей власти и развитие патриотизма у населения, а также обеспечить высокую «конкурентоспособность» страны в мировом политическом пространстве, повысит уровень ее экономической, политической, социальной и культурной привлекательности на внешнем рынке.

Западные страны значительно преуспели в данном вопросе. Для России же формирование положительного внешнеполитического имиджа является не только следованием модным тенденциям в реализации внешней политики, но и стратегической задачей, которая представляет особую важность в современных условиях. Значимость данного вопроса, а также информационной составляющей современных международных отношений, подчеркивается и в основных документах РФ, определяющих приоритеты внешней политики. Так, в Указе президента РФ отмечается необходимость «совершенствовать информационное сопровождение внешнеполитической деятельности в интересах объективного восприятия Российской Федерации на международной арене» [2], а в Концепции внешней политики РФ говорится, что Россия должна добиваться «объективного восприятия ее в мире» и развивать «собственные эффективные средства информационного влияния на общественное мнение за рубежом» [1]. Отдельный пункт плана работы МИДа вообще посвящен проблеме информационного обеспечения внешнеполитической деятельности. В нем отмечается, что «в свете обострения информационной обстановки в мире большое значение будет придаваться максимально полному и оперативному доведению до иностранной аудитории российского видения . . . международного развития» [3].

Такое пристальное внимание власти к обозначенным вопросам говорит, во-первых, о формировании нового подхода к восприятию имиджа государства на высшем уровне, а во-вторых, о наличии определенных проблем в данной сфере. Одной из таких проблем является различие между позиционированным и реальным имиджем РФ. Так, в соответствии с рейтингом «East West Global Index 200», который изучает описание той или иной страны в главных мировых средствах массовой информации, Россия занимает 140-е место из 200, что говорит о достаточно негативном отображении РФ в СМИ [7].

В данном контексте, следует отметить, что российский международный имидж основан в большей степени на негативных характеристиках. Среди наиболее популярных «черт», приписываемых России, выделяются: высокая коррумпированность, преступность, «великодержавные амбиции Кремля» [5, с.83].

Исследования американского центра «Pew research center», который также изучает восприятие государства за их рубежом, в 2017 г. показали, что во многих странах мира Россию воспринимают как потенциальную угрозу (47% процентов американцев). Интересным является то, что наравне со страной, в данном исследовании рассматривался восприятия деятельности президента В.В. Путина (большинство не воспринимают его действия как правильные), что говорит об отождествлении личности президента и его роли в государственном управлении с политической деятельностью государства [8].

Подводя итог, следует отметить, что, не смотря ни на что, нельзя говорить о том, что Россией не предпринимаются попытки повлиять на сложившуюся ситуацию. Данное стремление отражается в нормативных документах и в принятых программах, в которых предусмотрена поддержка распространению российской позиции в зарубежном медиа пространстве. Для реализации данных идей были открыты канал «Russia Today» и проект «Russia Profile», отображающие российское видение действительности; российскими медиа были заключены договоры с «The Washington Post», «The Daily Telegraph» и некоторыми другими СМИ о размещении в них специального приложения посвященного российским трендам («Trendline's Russia»).

И тем не менее, все предпринятые меры недостаточно эффективны. Ответом на вопрос, почему России, не смотря на все усилия, трудно нивелировать разницу между желаемым и реально существующим в умах мировой общественности образом, является тот факт, что в международном информационном потоке, одновременно работают и российские и зарубежные СМИ, совместно создавая образ России.

Из этого следует, что эффективное формирование позитивного имиджа страны, основанного лишь на односторонней пропаганде, невозможно. Позитивный образ государства, должен подкрепляться объективными факторами, такими как: экономический потенциал, внутренняя стабильность, хорошо продуманная внешняя политика, научно-технические достижения, высокое качество образовательной системы, развитая культурная сфера и т.д. Лишь при наличии реального положительного базиса возможно успешное формирование положительного имиджа страны.

### Источники и литература

- 1) Концепция внешней политики Российской Федерации: утв. Президентом Российской Федерации 30 ноября 2016.
- 2) О мерах по реализации внешнеполитического курса Российской Федерации: указ Президента Рос. Федерации от 7 мая 2012, № 605.
- 3) План деятельности Министерства иностранных дел Российской Федерации на период до 2018 г.: от 12 июля 2013.
- 4) Галумов Э.А. Международный имидж России: стратегия формирования. М., 2003.
- 5) Мельник Г.С. Внешнеполитический имидж России в медийном пространстве посткризисного периода // Управленческое консультирование. 2009. №3. С. 75–84.
- 6) East West Global Index 200 Mitchell A. Political polarization and media habits / J. Gottfried, J. Kiley, K.E. Matsu, 2014.
- 7) Vice M. Publics Worldwide Unfavorable Toward Putin // Pew research center. Global attitudes and trends. August 16, 2017.