

Секция «Цели и ресурсы внешней политики России в меняющемся мире»

## Политический имидж как инструмент внешней политики Российской Федерации

Научный руководитель – Шумилов Михаил Михайлович

*Табачная Екатерина Владимировна*

*Студент (бакалавр)*

Северо-Западный институт управления - филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Факультет международных отношений, Кафедра международных отношений, Санкт-Петербург, Россия

*E-mail: katyatabachnaya@gmail.com*

Мир на современном этапе развития претерпевает серьезные изменения. Новая фаза развития государств связана напрямую со становлением глобального информационного общества. Информация была важна во все времена, но именно сейчас она активно проникает во все сферы общественной жизни. Внедрение новых информационных технологий дает миру небывалые ранее возможности. Нельзя не отметить соперничество ценностных ориентиров. Государства, имея собственные взгляды, ценности, стремятся распространить их в глобальном пространстве, чтобы занять более выгодную позицию на международной арене. Благодаря росту информационной составляющей данных целей достичь значительно проще с помощью новых технологий. Однако без создания собственного имиджа на международной арене невозможно быть конкурентоспособной страной. В том числе поэтому государства соперничают друг с другом, пытаясь, с одной стороны, создать выгодный им собственный образ на международной арене, с другой же, повлиять на форматирование имиджа других государств.

Для Российской Федерации сегодня подобная ситуация как нельзя актуальна. До начала 2000-х политический имидж трактовался в России как сугубо отрицательное явление: «манипулятивный прием буржуазной политики и средств массовой коммуникации, используемый в целях идеологической обработки массового сознания людей» [4]. С выходом новой Концепции внешней политики ситуация начала меняться в лучшую сторону, была выдвинута «задача формирования за рубежом позитивного восприятия России, дружественного отношения к ней» [1]. С этого момента начинаются активные действия по формированию имиджа России за рубежом. Например, в 2005 году создается канал, основной целью которого является информирование международного сообщества о происходящем в РФ - Russia Today. RT International - это первый англоязычный российский информационный канал, который ведет круглосуточное вещание. Далее было создано еще несколько источников. Таким образом, Российская Федерация в наши дни активно компенсирует значительное отставание (например, в противовес RT International - CNN был создан еще в 1980 г.), динамично идет процесс формирования имиджа страны на международной арене.

На сегодняшний день внешний имидж России не самый благоприятный. В целом, Россия - самое большое государство, обладающая богатейшими природными ресурсами (11 объектов входят в список всемирного наследия ЮНЕСКО), имеющая выгодное геополитическое положение, что не может не способствовать улучшению имиджа. Также из сильных сторон России можно выделить то, что она является одним из инициаторов создания международных организаций (ШОС, ОДКБ), является постоянным членом Совета безопасности ООН [2]. Немаловажным является наличие на территории государства крупнейших

месторождений топливно-энергетических ресурсов. С одной стороны, это фактор инвестиционной привлекательности, поскольку Россия обладает всеми первичными ресурсами производства, но с другой стороны, подобная ситуация уже не способствует улучшению имиджа, а, наоборот, создает образ зависимого от природных ресурсов государства [3]. Но при этом необходимо выделить существующие проблемы, которые снижают статус имиджа государства: неразвитость гражданского общества и демократических институтов государства, узкое профилирование экспорта, коррупция, отсутствие узнаваемых экспортируемых брендов [2].

Таким образом, Россия имеет потенциал построения сильного образа на международной арене, однако на сегодняшний день вышеперечисленные факторы препятствуют позитивным тенденциям.

Одним из самых известных и эффективных во всем мире способов продвижения бренда страны является проведение мега-событий. В последние годы в Российской Федерации такими событиями стали Олимпиада в Сочи 2014 г. и Чемпионат мира по футболу 2018 г. И действительно, данные события могли бы позитивно повлиять на укрепление позиций России на внешнеполитическом пространстве. Однако они сопровождаются множеством скандалов или теряют свою силу вследствие других политических явлений. Так, практически сразу после успеха России на Олимпиаде в Сочи в Крыму проходит референдум с последующим присоединением территории к РФ. Вес данного политического события оказался сильнее, и чаша весов склонилась в пользу ухудшения образа России. После же на нет свели усилия допинговые скандалы с участием российских спортсменов, дисквалификация легкоатлетов в Олимпиаде в Рио в 2016 г., а также участие России в Зимней Олимпиаде в Пхенчхане в 2018 году под нейтральным флагом. В дополнение, и сегодняшнее противостояние Украины по отношению к России также дает о себе знать.

Что касается Чемпионата мира по футболу 2018 г., то в данной ситуации по имиджу России очень сильно ударяют коррупционные скандалы в процессе возведения стадионов. Было возбуждено несколько уголовных дел, а суммы по сравнению с зарубежными аналогами завышены на 95 миллиардов рублей. Таким образом, данные действия в результате не способствовали активному и резкому повышению позитивного восприятия РФ на международной арене.

В результате, можно сделать вывод, что Российская Федерация имеет собственное направление действий в сфере информационного противоборства. Не все действия являются эффективными, поскольку превалирует негативная окраска имиджа российского государства, и она не дает возможности применить весь арсенал существующих методов. Для изменения ситуации Российской Федерации следует проводить более системную и целенаправленную политику в сфере формирования позитивной окраски имиджа государства, а именно необходимо минимизировать негативное влияние и использовать данные аспекты в свою пользу, с одной стороны, с другой же, нужно целенаправленное формирование положительного образа государства.

### Источники и литература

- 1) Концепция внешней политики Российской Федерации 2000 г. URL: [http://nvo.ng.ru/concepts/2000-07-14/4\\_concept.html](http://nvo.ng.ru/concepts/2000-07-14/4_concept.html)
- 2) Бочанов М.А., Старых Н.П. Имидж России в современных геополитических условиях // Среднерусский вестник общественных наук №2 (38). 2015 г. С. 76-82.
- 3) Давыборец Е.Н. Внешний имидж России сегодня – Новая наука: теоретический и практический взгляд // Агентство международных исследований. № 5-3. 2015 г. С. 64-65.

- 4) Семенова Л.М. Генезис и современное состояние проблемы формирования профессионального имиджа // Вестник Томского государственного университета. №326. 2009. С.194-199.