

**УДК-327(470+571)**

## **ИМИДЖЕВАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ В КОНЦЕПЦИЯХ ВНЕШНЕЙ ПОЛИТИКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

***И.В.Лябухов***

В настоящей статье делается попытка анализа подходов к формированию позитивного имиджа государства на международной арене с учетом государственных интересов, повестки дня, трансформации системы международных отношений и места России в этих процессах на основе концепций внешней политики Российской Федерации.

***Ключевые слова:*** концепция внешней политики Российской Федерации, имидж государства, публичная дипломатия.

В современном все более усложняющемся мире значение имиджа как эффективного и необходимого инструмента реализации государственных интересов продолжает неуклонно возрастать. За последнее время ситуация на внешнеполитической арене не просто усложнилась, а в некотором роде даже вышла на новый уровень сложности. В разы усилилась взаимосвязь государств. В условиях глобализации, развивающейся высокими темпами, диверсификации спектра общемировых экологических, социально-гуманитарных, экономических проблем, а также новых вызовов и угроз отдельное государство в отрыве от мирового сообщества уже не в состоянии обеспечить свои интересы и, по большому счету, свою жизнеспособность. В связи с этим возрастают многоплановость, насыщенность и динамизм международных отношений. Многие процессы и явления, которые ранее относились преимущественно к внутренним делам государства (наука и образование, занятость населения, уровень преступности, развитие отдельных сфер экономики, медицины и т.п.), сегодня все больше выходят на международный уровень, становясь неотъемлемой частью межгосударственных отношений, тем самым значительно расширяя и усложняя их.

Одновременно с этим развитие средств связи и передачи информации привело к значительному расширению информационного поля, доступности информации и, как следствие, затруднению контроля над ней. Обилие и доступность информации практически по любому вопросу (появилось, к примеру, определение «избыточность информации») делают любой объект в информационном поле многоплановым. Процесс формирования и поддержания имиджа, в том числе на международной арене, таким образом, значительно усложнился. С другой стороны, развитие информационных технологий имеет и свои плюсы. Доступность средств связи, высокая и продолжающая расти информатизация общества, а также виртуализация

облегчают создание и функционирование феномена имиджа вообще и имиджа государства в частности, предоставляя собой благодатное поле для деятельности имиджмейкеров.

Другим аспектом развития информационных технологий стало значительное увеличение скорости принятия решений на всех уровнях власти и в целом динамика процессов и явлений как во внутривнешней политической, так и во внешнеполитической сферах. Решение должно быть не только верным, но и своевременным. В этой ситуации цейтнота, ставшего нормой жизни, имидж как краткая, емкая, подготовленная к восприятию информация становится все более значимым фактором принятия решения. И, как следствие, все более важным, а подчас и определяющим фактором политической жизни вообще.

## **Эволюция имиджевой составляющей в концепции внешней политики России**

«Основные положения концепции внешней политики Российской Федерации» - документ, утвержденный в конце апреля 1993 г. тогдашним Президентом страны Б.Н. Ельциным, имиджевую составляющую и проблемы восприятия государства на международной арене затрагивал мало, если не сказать, что не затрагивал вовсе. С одной стороны, во многом это было закономерное явление. Ведь в условиях только еще формирующейся по сути российской государственности возникли сложнейшие проблемы определения места новой России на международной арене, стратегических направлений ее развития. Уже тот факт, что документ был составлен исходя из жизненно важных интересов страны и ее граждан, а не из идеологических установок и предпочтений тех или иных политических сил, воспринимался как огромный шаг вперед<sup>1</sup>. Но, с другой стороны, возможно, именно этот момент был важен для позиционирования нового государства, формирования его имиджа. Как отмечает видный политолог С.В. Кортунов, одной из серьезных проблем в отношениях с зарубежными партнерами стало длительное отсутствие разумительных ответов на вопросы, что такое Россия и каково ее место в мире<sup>2</sup>.

В силу ряда причин как объективного, так и субъективного характера необходимость четкого позиционирования и формирования позитивного восприятия государства на международной арене в тот момент не была в должной мере осознана. Как следствие, распространение положительного имиджа Российского государства за рубежом не попало в число приоритетных задач внешней политики и носило случайный, ситуативный характер. Лишь позднее это стало одной из стратегических задач государственной политики.

С 2000 г. вопрос об улучшении имиджа Российской Федерации за рубежом стал озвучиваться все чаще. Постепенная стабилизация экономической и политической ситуации в стране в 2000-е гг., упрочнение ее

<sup>1</sup> Пляис Я. Теория и практика внешней политики современной России // Обозреватель. 1993. №10.

<sup>2</sup> Кортунов С.В. Современная внешняя политика России. Стратегия избирательной вовлеченности. М., 2009. С. 109.

места в мировой политике, а также поставленные задачи по защите национальных интересов послужили факторами, заставившими всерьез обратить внимание на необходимость формирования международного имиджа государства. Фактически новым руководством страны было осознано, что наличие негативного «налета» на имидже Российской Федерации затрудняет развитие отношений с зарубежными партнерами, осложняет интеграцию в мировую экономику и международные организации.

Так, в новой «Концепции внешней политики Российской Федерации», утвержденной Президентом РФ В.В. Путиным 28 июня 2000 г., впервые говориться о создании позитивного внешнеполитического имиджа Российской Федерации как цивилизованного и демократического государства. На передний план выдвигается задача «содействия позитивному восприятию Российской Федерации в мире»<sup>3</sup>. Данное положение в совокупности с постулатами о том, что «важным направлением внешнеполитической деятельности Российской Федерации является доведение до широких кругов мировой общественности объективной и точной информации о ее позициях по основным международным проблемам, внешнеполитических инициативах и действиях Российской Федерации», и что «неотъемлемым элементом соответствующей работы должны стать целенаправленные усилия по широкому разъяснению за рубежом сути внутренней политики России, происходящих в стране процессов», должно было обеспечить посыл для «ускоренного развития в Российской Федерации собственных эффективных средств информационного влияния на общественное мнение за рубежом»<sup>4</sup>. Включение этих положений в текст Концепции внешней политики означало, что российская политическая элита осознала необходимость принятия действенных мер, нацеленных на формирование позитивного восприятия Российского государства в странах ближнего и дальнего зарубежья.

Таким образом, в 2000 г. внешнеполитическая доктрина обозначила необходимость формирования за рубежом позитивного восприятия Российской Федерации как одну из приоритетных государственных задач. В соответствии с этим, представляя в том же году ежегодное Послание Президента РФ Федеральному собранию, В.В. Путин заявил, что «...важным направлением внешнеполитической деятельности должно стать содействие объективному восприятию России. Достоверная информация о событиях в нашей стране – это сегодня вопрос ее и репутации, и национальной безопасности»<sup>5</sup>.

К 2008 г. на международной арене произошли ощутимые перемены, сформировались новая повестка дня. Соответственно это потребовало

<sup>3</sup> Концепция внешней политики Российской Федерации. Раздел 1 «Общие положения» // Российская газета. 2000. 11 июля. №133.

<sup>4</sup> Концепция внешней политики Российской Федерации. Раздел 5 «Информационное сопровождение внешнеполитической деятельности». Общие положения // Там же.

<sup>5</sup> Послание Президента России Владимира Путина Федеральному собранию РФ [Электронный ресурс] // URL : <http://2004.kremlin.ru/text/appears/2000/07/28782.shtml> (дата обращения 28.01.2011).

внесения корректив во внешнеполитический курс государства. Причем корректив не ситуативных, а концептуальных. 12 июля 2008 г. Президент РФ Д.А. Медведев утвердил новую «Концепцию внешней политики Российской Федерации». В документе декларируется преемственность линии развития, приоритетов и задач, сформулированных предыдущей Концепцией, о чем прямо говорится в тексте: «Настоящая Концепция дополняет и развивает положения Концепции внешней политики Российской Федерации, утвержденной Президентом Российской Федерации 28 июня 2000 г.»<sup>6</sup>. Отдельные положения предыдущей Концепции при этом сохранены в новой в неизменном виде, некоторые скорректированы незначительно. Что важно, ни одно из положений Концепции 2008 г. не противоречит положениям Концепции 2000 г. Одновременно она не лишена значительных инноваций, особенно в части имиджевой составляющей, что нашло свое отражение, прежде всего, в расширении раздела «Информационное сопровождение внешнеполитической деятельности».

Помимо задачи информирования широких кругов мировой общественности о позициях Российской Федерации по основным международным проблемам, внешнеполитических инициативах и действиях, а также процессах и планах внутреннего социально-экономического развития страны, достижениях российской культуры и науки, акцентируются и дополнительно подчеркиваются задачи «добиваться своего объективного восприятия в мире, развивать собственные эффективные средства информационного влияния на общественное мнение за рубежом, обеспечивать усиление позиций российских средств массовой информации в мировом информационном пространстве, предоставляя им необходимую государственную поддержку, активно участвовать в международном сотрудничестве в информационной сфере, принимать необходимые меры по отражению информационных угроз ее суверенитету и безопасности»<sup>7</sup>.

Обращает на себя внимание, что в обновленной редакции документа важная роль отводится не только государственной информационной политике как средству влияния на общественное мнение за рубежом, но и информационной безопасности страны в данном контексте, что предполагает сознательное блокирование или противодействие усилиям, нацеленным на дискредитацию образа России, ее политических институтов и внешней политики на международной арене. Таким образом, это положение Концепции внешней политики дополняет положения «Доктрины информационной безопасности Российской Федерации», утвержденной 9 сентября 2000 г. Президентом РФ, в которой под информационной безопасностью Российской Федерации понимается «состояние защищенности ее национальных интересов в информационной сфере, определяющихся совокупностью сбалансированных интересов личности,

<sup>6</sup> Концепция внешней политики Российской Федерации. Раздел I «Общие положения» (утв. 12.07.2008 №Пр-1440) // Российская газета. 2008. 12 июля.

<sup>7</sup> Концепция внешней политики Российской Федерации. Раздел III. 6 «Информационное сопровождение внешнеполитической деятельности» (утв. 12.07.2008 №Пр-1440) // Там же.

общества и государства»<sup>8</sup>. Как отмечает И.Ю. Глинская, претворение в жизнь данных положений Концепции внешней политики зависит от «усилий всех институтов государства, и ориентиром в этом может стать его позитивный имидж как внутри страны, так и в глобальном пространстве»<sup>9</sup>.

## **Механизмы формирования позитивного имиджа**

Одним из главных механизмов достижения поставленных задач в Концепции названо развитие собственных эффективных средств информационного влияния на общественное мнение. При этом можно выделить три типа медиаканалов, наиболее благоприятных для воплощения информационной политики по продвижению позитивного имиджа государства за рубежом:

1. Государственные: Информационный бюллетень МИД РФ, Дипломатический вестник МИД РФ, «Голос России», «Дипломат».

2. Смешанные: ИТАР-ТАСС, РИА «Новости», Russia Today, ЗАО «Первый канал. Всемирная Сеть» (ПКВС) – дочернее предприятие «Первого канала», транслирующее международные версии «Первого канала» для стран ближнего и дальнего зарубежья, призванные осуществлять PR внешне- и внутриполитического курса Российской Федерации, «Россия в глобальной политике», «Russia Profile», «La Revue Parlementaire», «Русский мир».

3. Негосударственные: международная версия телеканала «ТВ-Центр» – «TVCI», «Русская мысль», «Перспектива», «Русская зарубежная газета».

Для успешного продвижения благоприятного имиджа Российской Федерации необходимо осуществлять информационное сопровождение внешнеполитических инициатив посредством медиатрансляций государственных каналов, а также продолжать информационное сотрудничество со смешанными (государственными и негосударственными) медиаканалами в сфере продвижения позитивного представления среди зарубежной общественности о российской внутренней и внешней политике и ее роли в системе международных отношений<sup>10</sup>.

Однако для распространения позитивного имиджа Российской Федерации недостаточно технических средств и реализации каких-либо программ. Как отмечает Э.А. Галумов, международные отношения являются весьма плодотворной средой для формирования имиджа любого государства<sup>11</sup>. Вместе с тем именно сама структура и системность международных отношений накладывают существенные ограничения на возможное восприятие имиджа государства зарубежной целевой аудиторией.

<sup>8</sup> Доктрина информационной безопасности Российской Федерации. Раздел 1 «Национальные интересы Российской Федерации в информационной сфере и их обеспечение» (утв. Президентом РФ 09.09.2000 №Пр-1895) // Парламентская газета. 2000. 30 сент. №87.

<sup>9</sup> Глинская И.Ю. Политические механизмы формирования позитивного имиджа России : автореф. дис. ... д-ра полит. наук. М., 2010. С. 3.

<sup>10</sup> Журавлёва Н.Н. Информационная политика государства по продвижению национальной культуры за рубежом (на примере России и Франции) : автореф. дис. ... канд. полит. наук. СПб., 2008. С. 17–18.

<sup>11</sup> Галумов Э. Имидж России в глобальном пространстве [Электронный ресурс] // Интернет против телевизора. URL : <http://www.contr-tv.ru/common/165/> (дата обращения 25.01.2011).

Распад СССР и исчезновение былого имиджа грозной «империи зла» устранили фактор медийности образа современного Российского государства, без которого любая позитивная информация, призванная обеспечить привлекательный имидж России, не способна эффективно распространяться за рубежом. Соответственно многочисленные, но лишенные креативности и информационной привлекательности, сгенерированные позитивные медиаобращения, нацеленные на создание положительного имиджа Российского государства и его внешней политики, вряд ли достигнут своей целевой аудитории или вызовут интерес у зарубежных медиаканалов.

Несмотря на более низкую информационную привлекательность имиджа Российской Федерации по сравнению с международным имиджем СССР, Россия входит в число современных держав, наиболее часто упоминаемых в глобальных информационных потоках. С.В. Кобзева, Д.А. Халтурина и А.В. Коротаев, основываясь на данных опроса «Who Rules the World?», осуществленного Bertelsmann Foundation в 2007 г., отмечают, что в зарубежном общественном мнении Россия воспринимается как третья по важности мировая держава после США и Китая: «39% опрошенных сочли Россию мировой державой, при этом с 2005 г. по 2007 г. этот процент вырос на 12». Причем ведущие места в рейтинге медиаосвещения наиболее часто упоминаемых государств занимают США, Россия, Китай и некоторые государства – члены Европейского союза<sup>12</sup>.

Вместе с тем имидж государства на международной арене складывается не только с учетом его геополитического положения или ресурсного потенциала. Модель продвижения внешнего имиджа государства может включать в себя различные его «образы», расположенные в определенной последовательности<sup>13</sup>; в данную модель формирования позитивного имиджа государства может входить развитие положительного имиджа отдельных политических институтов, политической системы или политического режима, а также отдельных внешнеполитических инициатив или внешней политики в целом. Соответственно стратегия приложения целенаправленных усилий для формирования позитивного имиджа государства должна основываться на создании положительных образов у зарубежной целевой аудитории всех элементов как первооснов, составляющих его имидж.

Одним из важных инструментов формирования позитивного имиджа государства является публичная дипломатия, что отдельно оговорено в Концепции внешней политики 2008 г. Публичная дипломатия как комплекс мероприятий и шагов, направленных на популяризацию и актуализацию образа страны за рубежом, укрепление культурных связей, активное участие

<sup>12</sup> Кобзева С., Халтурина Д., Коротаев А., Качков Д. Имидж России в мире: количественный и качественный анализ // Политические исследования. 2009. №5. С. 128–140.

<sup>13</sup> Глинская И.Ю. Указ. соч. С. 4–5; Шишгин Д.П., Журавлёва Н.Н. Основные подходы к определению культурной составляющей внешнего имиджа государства // Имидж государства/региона: современные подходы: новые идеи в теории и практике коммуникации : сборник трудов / под ред. Д.П. Гавра. СПб., 2009. Вып. 3.

в международных неправительственных и неполитических организациях и т.п., способна играть заметную роль в улучшении имиджа государства и в укреплении его позиций на международной арене. Но, как отмечает В.В. Сафонов, и с ним нельзя не согласиться, «публичная дипломатия не приносит сиюминутных результатов, порой их приходится ждать годами»<sup>14</sup>, а эффект от всех медиакампаний по формированию позитивного международного имиджа государства может быть весьма незначительным в краткосрочной перспективе. Поэтому данное информационное воздействие должно осуществляться в соответствии с целенаправленной и долгосрочной стратегией инициатив в сфере публичной дипломатии.

\* \* \*

Подводя итоги, следует отметить, что осознание необходимости разработки и применения целенаправленной стратегии по формированию позитивного имиджа России перед зарубежной аудиторией впервые было закреплено в Концепции внешней политики Российской Федерации 2000 г., а в следующем аналогичном документе, Концепции внешней политики Российской Федерации 2008 г., получило свое дальнейшее осмысление и развитие. При этом одними из главных средств реализации данной цели в обоих случаях названы активизация информационной деятельности, развитие и всемерная поддержка средств массовой информации, публичная дипломатия. Очевидно, что последовательная и системная работа по реализации обозначенных приоритетов, способна не только улучшить имидж Российской Федерации за рубежом, но и укрепить ее позиции на международной арене.

### Список литературы

1. *Барановский В.* Трансформация мировой системы в 2000-х годах [Электронный ресурс] // URL : <http://www.intertrends.ru/twenty-second/002.htm> (дата обращения 28.01.2011)
2. *Гаджиев К. С.* Имидж как инструмент культурной гегемонии // Мировая экономика и международные отношения. 2007. №12.
3. *Галумов Э.* Имидж России в глобальном пространстве [Электронный ресурс] // Интернет против телевизора. URL : <http://www.contr-tv.ru/common/165/> (дата обращения 25.01.2011)
4. *Глинская И.Ю.* Политические механизмы формирования позитивного имиджа России : автореф. дис. ... д-ра полит. наук. М., 2010.
5. *Долинский А. В.* Как усилить «мягкую силу» [Электронный ресурс] // Фонд Русский мир. URL :

<sup>14</sup> Сафонов В.В. Об эффективности информационно-пропагандистских операций США в Ираке [Электронный ресурс] // Институт Ближнего Востока. URL : <http://www.iimes.ru/rus/stat/2005/16-05-05b.htm> (дата обращения 28.01.2011).

<http://www.russkiymir.ru/russkiymir/ru/magazines/archive/2011/03/article0001.html> (дата обращения 01.04.2011)

6. *Долинский А. В.* Практические вопросы оптимизации российской публичной дипломатии [Электронный ресурс] // Фонд Русский мир. URL : <http://www.russkiymir.ru/russkiymir/ru/analytics/article/news0004.html> (дата обращения 10.02.2011)
7. *Журавлёва Н.Н.* Информационная политика государства по продвижению национальной культуры за рубежом (на примере России и Франции) : автореф. дис. ... канд. полит. наук. СПб., 2008.
8. *Кобзева С., Халтурина Д., Коротаев А., Качков Д.* Имидж России в мире: количественный и качественный анализ // Политические исследования. 2009. №5.
9. *Кортунов С.В.* Современная внешняя политика России. Стратегия избирательной вовлеченности. М., 2009.
10. *Милитарев В.* Какая внешняя политика нам нужна // Стратегический журнал 2005. №1.
11. *Мухаметов Р.С.* Роль публичной дипломатии в формировании международного имиджа России // Дневник Алтайской школы политических исследований. №26. Современная Россия и мир: альтернативы развития (Россия и Западная Европа: влияние образов стран на двусторонние отношения) : материалы международной научно-практической конференции / под ред. Ю.Г. Чернышова. Барнаул, 2010.
12. *Пляйс Я.* Теория и практика внешней политики современной России // Обозреватель. 1993. №10.
13. *Сафонов В.В.* Об эффективности информационно-пропагандистских операций США в Ираке [Электронный ресурс] // Институт Ближнего Востока. URL : <http://www.iimes.ru/rus/stat/2005/16-05-05b.htm> (дата обращения 28.01.2011)
14. *Соловьев Э.* Увеличение потенциала «мягкой силы» во внешней политике РФ: есть ли место концепции «безопасности человека» [Электронный ресурс] // URL : [http://www.perspektivy.info/rus/desk/uvelichenije\\_potenciala\\_magkoj\\_sily\\_vo\\_vneshnej\\_politike\\_rf\\_jest\\_li\\_mesto\\_koncepcii\\_bezopasnosti\\_cheloveka\\_2010-09-24.htm](http://www.perspektivy.info/rus/desk/uvelichenije_potenciala_magkoj_sily_vo_vneshnej_politike_rf_jest_li_mesto_koncepcii_bezopasnosti_cheloveka_2010-09-24.htm) (дата обращения 28.01.2011)
15. *Феклюнина В.С.* Политический имидж России в американской прессе 2000-2004 гг. : дисс. ... канд. полит. наук. Саратов, 2005.
16. *Хачатуров К.* Роль международной информации в формировании репутации государства // Информация. Дипломатия. Психология : сборник материалов «круглого стола» и лекций преподавательской кафедры массовой коммуникации и связей с общественностью Дипломатической академии МИД России. М., 2002.
17. *Шишкин Д.П., Журавлёва Н.Н.* Основные подходы к определению культурной составляющей внешнего имиджа государства // Имидж государства/региона: современные подходы: новые идеи в теории и

практике коммуникации : сборник трудов / под ред. Д.П. Гавра. СПб.,  
2009. Вып. 3.