УДК 321

ИМИДЖ РОССИИ В СОВРЕМЕННЫХ ГЕОПОЛИТИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ

Бочанов М.А., Старых Н.П.

IMAGE OF RUSSIA IN MODERN GEOPOLITICAL INSTABILITY

Bochanov M.A., Starykh N.P.

Bochanov M.A. *– Candidate of Political Sciences, Senior Lecturer, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration of the Orel branch, Russian Federation, Orel, e-mail: npstaryh@rambler.ru*

Starykh N.P. *– Candidate of Sociological Sciences, Docent, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration of the Orel branch, Russian Federation, Orel, e-mail: npstaryh@rambler.ru*

The article presents the problem of formation of Russia's image in the international arena in the modern period. The paper analyzes the current state of the political image of Russia in the international space, the empirical evidence is given supporting the author's hypothesis, a rather weak, undeveloped, and sometimes negative image of our country in the world.

It is concluded that there is a direct connection and interdependence of internal and external image of the state. The strengths and weaknesses of Russia's image as a modern state are highlighted. Recommendations on ways to improve and enhance the image of the Russian Federation in the international community are given.

Keywords: image of Russia, political image of the state, country's image in the international community, image of the President, standard of living in the country.

Сегодня на политической карте мира, действительно, довольно трудно найти страну, которая не заинтересована в своем позитивном имидже. Ведь целенаправленная политика государства по формированию привлекательного имиджа страны способствует защите ее национальных интересов, достижению внешнеполитических целей и созданию атмосферы поддержки мировым сообществом ее шагов на международной арене. В настоящее время это особенно актуально для Российской Федерации в связи с тем, что современная ситуация на внешнеполитической арене под воздействием событий в Украине, вхождения Крыма в состав России значительно усложнилась и продолжает усложняться.

Все чаще имидж страны определяет ее вес на международной арене, степень влияния в самых разнообразных вопросах, в том числе возможности отстаивания собственных интересов. Имидж страны является важным как во внешне– (международное сотрудничество, развитие торгово-экономических отношений с другими государствами), так и внутриполитическом процессе (негативный образ страны может быть использован оппозиционными силами как один из аргументов в критике правительства и проводимой им политики) страны. В связи с этим значение имиджа как эффективного и необходимого инструмента реализации государственных интересов продолжает неуклонно возрастать[1].

Необходимо отметить, что имидж страны является комплексом объективных взаимосвязанных характеристик государственной системы, сформировавшихся в процессе развития государственности как сложной, многофакторной подсистемы

[1] Лябухов И.В. Формирование позитивного имиджа Российской Федерации на международной арене: возможности и потенциал МИД России // Научная библиотека КиберЛенинка: – URL:http://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-pozitivnogo-imidzha-rossiyskoy-federatsii-na-mezhdunarodnoy-arene-vozmozhnosti-i-potentsial-mid-rossii (Дата обращения: 22.06.2014)

мирового устройства, эффективность взаимодействия звеньев которой определяет тенденции социально-экономических, общественно-политических, национально-конфессиональных и других процессов.

Имидж страны представляет собой набор убеждений и ощущений людей, которые возникают по поводу природно-климатических, исторических, этнографических, социально-экономических, политических, морально-психологических и др. ее особенностей. Субъективное представление о стране может формироваться вследствие непосредственного личного опыта (например, в результате проживания на ее территории) или опосредованно (например, со слов очевидцев, из материалов СМИ и т.д.).

Поскольку имидж является сложным конструктом, то для дальнейшего анализа степени его оптимальности определим структуру и факторы формирования имиджа страны.

В современных типологиях элементов имиджа страны выделяются следующие: история страны; ее культура и искусство; пропаганда, реклама, связи с общественностью; менталитет, национальные особенности; национальная идея; туризм; научно-технический потенциал, инновационный климат; ресурсный потенциал, инвестиционный климат; миграция рабочей силы; внешний имидж страны; стратегия развития страны; внешняя политика; публикуемые статистические показатели; международные рейтинги и т.д.

Как правило, выделяют внутренние и внешние факторы формирования имиджа. К внешним факторам можно отнести: внешнюю политику, национальные интересы и приоритеты, членство в международных организациях, развитие отношений со стратегическими партнерами и т.п. К внутренним факторам можно отнести: благосостояние населения, соблюдение конституционных прав гражданина, уровень коррупции, преступности, теневого сектора экономики, социальное самочувствие.

Более того, имидж страны тесно связан с имиджами национальных компаний, торговых марок, ведущих отраслей; с имиджем лидера страны, правящей элиты и имиджем столицы[2].

Формирование и развитие позитивного имиджа России за рубежом – проблема, которой стало уделяться внимание совсем недавно. Одним из первых импульсов, обозначивших её, можно считать выступление В.В. Путина 12 июля 2004 года. Он заявил, что представления о России в мире далеки от реальности, что нередки случаи «спланированных кампаний по дискредитации нашей страны», и поставил перед российскими дипломатами задачу по формированию благоприятного образа нашей страны за рубежом.

Конечно, стоит заметить, каким бы выдающимися ни был дипломатический корпус, решение этой задачи в одиночку ему не под силу, формирование и поддержка благоприятного имиджа страны – это задача широчайшего масштаба, задача всего общества и государства.

Стоит заметить, что в последние годы в нашей стране разрабатывается и реализуется ряд проектов в рамках программы по формированию положительного имиджа России за рубежом. Так, в декабре 2005 года начал работать первый российский информационный телеканал Russia Today, ведущий круглосуточное вещание на английском языке. 4 мая 2007 года был запущен российский новостной телеканал Русия аль-Яум (с араб. – Россия сегодня), вещающий на арабском языке. Он транслируется на страны Ближнего Востока и Северной Африки.

Важную роль в информировании зарубежной общественности о ситуации в России и в мире выполняет англоязычный журнал Russia Profile, который информирует о политических, экономических и культурных процессах, происходящих в современной России.

Руководители Российского государства не раз высказывались, что видят современную Россию в мире в качестве демократического государства с социально ориентированной рыночной экономикой и независимой внешней политикой.

[2] Степанова И. Международный имидж России через призму инструментального подхода// [Электронный ресурс] – URL:http://www.ci-journal.ru/article/66/200701rezenzia_galumov (Дата обращения: 22.06.2014)

Однако у нашей страны, бесспорно, присутствуют проблемы, связанные с её международным имиджем. Об этом свидетельствует анализ ряда важнейших международных рейтингов.

Чтобы реально оценить уровень жизни в разных странах, был составлен рейтинг уровня жизни, который включает в себя такие факторы, как заработная плата, качество медицины и образования, свобода для ведения предпринимательской деятельности, уровень безопасности, экология, уровень коррупции, личная свобода и ряд других факторов. Обратим внимание на рейтинг уровня жизни стран мира в 2014 году, составленный популярным институтом Legatum Institute, на основании которого были определены лучшие страны для проживания в 2014 году и страны, где жизнь людей находится на грани выживания.

Итак, согласно составленному рейтингу, по уровню жизни в 2014 году Россия находится на 61-м месте среди 142 стран мира. По экономическим показателям Россия находится на 75-м месте, свободе предпринимательства – на 58-м месте, по уровню коррупции и эффективности управления страной – на 99-м место, уровню безопасности – на 92-м месте, по качеству образования – на 35-м месте и уровню свободы граждан – на 89-м месте среди стран мира[3].

В рамках проекта «Политический атлас современности»[4] была разработана взаимосвязанная система индексов, которые в совокупности характеризуют место того или иного государства в мире, его положение в структуре мировых взаимосвязей: индекс государственности; индекс внешних и внутренних угроз; индекс потенциала международного влияния; индекс качества жизни; индекс институциональных основ демократии. Россия занимает 7-е место по индексу потенциала международного влияния, 27-е – индексу государственности, 73-е – индексу качества жизни, 81-е – индексу внутренних и внешних угроз и 93-е индексу минимальных основ демократии[5].

При вынесении вердикта аналитики опирались на итоги опроса жителей разных стран об их отношении к Российской Федерации. Интервьюирование проводилось в марте–мае 2013 г. с участием 37.7 тыс. человек из 39 стран мира. При этом специалисты сознательно ограничили круг государств-участников: в него вошли страны «Большой восьмерки», БРИК и некоторые другие, а вот страны СНГ остались за границами исследования.

В большинстве государств, вошедших в рейтинг, за последние шесть лет отношение к России ухудшилось. Сейчас имидж страны балансирует на грани: 39% респондентов высказались негативно, 36% – позитивно, еще 19% затруднились с ответом. Для сравнения: США набрали 63% положительных отзывов, Китай – 50%. А о России преимущественно позитивно говорят лишь в двух странах – Греции и Южной Корее[6].

В Европе почти повсеместно Россию оценивают резко отрицательно. Так, во Франции негативных отзывов 64%, в Италии – 56%, в Польше – 54%, в Чехии – 51%, в Испании – 51%. И даже в Германии, власти которой поддерживают хорошие отношения с руководством России, большинство жителей (60%) все равно настроены отрицательно. И только в Греции 63% респондентов дали благоприятную оценку нашей стране[7].

На Ближнем Востоке у России тоже плохая репутация: жители Иордании (70%), Турции (66%), Египта (64%), Палестины (57%) и

[3] Уровень жизни населения России и стран мира в 2014 году // – URL: bs-life.ru (Дата обращения: 21.06.2014)

[4] Группа ученых МГИМО – Университета МИД РФ, работающих при поддержке Института общественного проектирования и Информационной группы «Эксперт» над проектом «Политический атлас современности» (А. Мельвиль, Ю. Полунин, М. Миронюк, И. Тимофеев, М. Ильин, Е. Мелешкина, Я.Ваславский и др. – всего около 40 аналитиков). Предмет исследования – 192 суверенных государства современного мира (члены ООН). Основная цель – осуществить их комплексный сравнительный анализ и разработать многомерную классификацию.

[5] Рейтинги стран ООН по данным «Политического атласа современности» // – URL:http://q99.it/5XJ7UH (Дата обращения: 20.06.2014)

[6] Волкова А. Репутация России: по Европе ходят недобрые слухи // – URL:http://rating.rbc.ru/article.shtml?2013/09/23/34029582 (Дата обращения: 21.06.2014)

[7] Волкова А. Репутация России: по Европе ходят недобрые слухи // – URL:http://rating.rbc.ru/article.shtml?2013/09/23/34029582 (Дата обращения: 21.06.2014)

Ливана (53%) оценили ее отрицательно. В этом вопросе сошлись даже мнения израильтян и палестинцев (77% и 57% негативных оценок соответственно).

На Ближнем Востоке отмечено и самое сильное падение рейтинга России за последние шесть лет: он сократился на 23 процентных пункта в Иордании, на 16 – в Египте. Эксперты предполагают, что это связано с позицией властей по сирийскому вопросу и их политикой в регионе. Также имидж страны серьезно испортился в глазах канадцев (количество позитивных отзывов сократилось на 10 процентных пунктов), мексиканцев (10 п.п.), англичан (9 п.п.), израильтян (8 п.п.) и американцев (7 п.п.)[8].

Еще одно наблюдение аналитиков: молодежь в возрасте 18–29 лет обычно настроена по отношению к России более позитивно, чем их сограждане 50-ти лет и старше. Разница во взглядах между юными и зрелыми респондентами составляет 20 или более процентных пунктов в восьми из обследованных стран. По мнению экспертов, эти данные отражают меняющееся представление о месте России в мире. Впрочем, это может быть связано и с общим более позитивным взглядом на жизнь людей до 30-ти. Так, образ США и Китая в их глазах тоже оказался более благоприятным[9].

Конец прошлого и начало нынешнего года стали очень успешными в части побед Российского Президента Владимира Путина в разнообразных международных и внутрироссийских рейтингах. Очередным свидетельством международной популярности Владимира Путина стал рейтинг самых уважаемых людей мира, составленный TheTimes. Российский Президент занял там третью строчку, уступив лидерство лишь известному благотворителю Биллу Гейтсу и своему американскому коллеге Бараку Обаме. В 2013–2014 годах Путин стал самым влиятельным человеком мира, по мнению авторитетного журнала Forbes. Внутрироссийская популярность отразилась в опросах Левада-центра, согласно которым 65% россиян одобряют деятельность главы государства, а весной 2014 года после вхождения в состав России Крыма уровень поддержки Президента населением, по некоторым оценкам достигал 80%. Что касается внешнеполитических достижений, то Президент действительно популярен в разных странах мира[10]. У него достаточно высокий результат в Китае, где к нему хорошее отношение, хотя в последнее время образ Владимира Владимировича достаточно серьезно демонизируют европейские политики, обвиняя его в агрессии России против Украины. В последнее время Владимир Путин достаточно решительно ведет себя на международной арене, можно вспомнить Эдварда Сноудена, Сирию и Украину, что, конечно, ведет к росту популярности внутри страны, но за её пределами не все однозначно и проблемы восприятия имиджа Президента, а значит, и имиджа страны в целом обостряются.

Кроме того, важным формирующим имидж фактором является восприятие своего государства гражданами: гордость за страну, желание в ней жить, защищать, планирование своего будущего со страной, распространение позитивной информации о своем государстве. Такое отношение к стране на практике проявляется в ее познании, желании в ней работать и жить, создавать бизнес, растить детей и т.д. Понятно, что позитивное отношение к государству основывается на реальном положении вещей. Однако имидж является искусственным конструктом, который требует технологического наполнения и постоянной «подпитки». Известно, что существует определенная разница между тем, как объективно развивается либо не развивается определенная отрасль в государстве, вводятся инновации, и тем, как это воспринимается внешним миром и гражданами. Важным фактором является освещение определенных событий СМИ, которые могут освещать лишь успехи и не распространять информацию о внутренних проблемах.

[8] Волкова А. Репутация России: по Европе ходят недобрые слухи // – URL:http://rating.rbc.ru/article.shtml?2013/09/23/34029582 (Дата обращения: 21.06.2014)

[9] Волкова А. Репутация России: по Европе ходят недобрые слухи // – URL:http://rating.rbc.ru/article.shtml?2013/09/23/34029582 (Дата обращения: 21.06.2014)

[10] Евсеев К. За что любят Путина в мире и в России? // – URL: http://www.mk.ru/politics/article/2014/01/14/969626-za-chto-lyubyat-putina-v-mire-i-v-rossii.html (Дата обращения: 20.06.2014)

На формирование положительного имиджа страны влияют и победы в конкурсах и спортивных соревнованиях, научные достижения, деятельность общественных организаций. Известные личности (политики, актеры) и их имиджи являются структурными компонентами имиджа страны, которые существенно влияют на ее восприятие, и упоминание о них в СМИ вызывает определенную реакцию аудитории.

Постараемся представить сильные и слабые стороны имиджа России.

Таблица 1 – Сильные и слабые стороны имиджа России

Сильные стороны	**Слабые стороны**
• Богатство природными ресурсами • Выигрышное геополитическое положение • Наличие собственной воли в принятии внешнеполитических решений • Устойчивость политической ситуации • Политический авторитет среди стран СНГ • Инициатор создания региональных организаций (ШОС, ОДКБ) • Постоянный член Совбеза ООН	• Зависимость от природных ресурсов • Узкое профилирование экспорта • Неразвитость гражданского общества и демократических институтов власти • Неблагоприятный инвестиционный климат • Коррупция • Отсутствие узнаваемых экспортируемых брендов (лейбл «Сделано в России» не известен иностранным потребителям) • Слабая развитость инфраструктуры
Возможности	**Вызовы**
• Может стать движущей силой создания объединенной Евразии • Страна имеет все шансы стать региональным, а затем и глобальным лидером • Укрепление позиций на мировом рынке	• Низкая конкурентоспособность экономики • Низкие стандарты жизни населения • Неблагоприятный внешнеполитический имидж тоталитарного государства • Наличие неразрешенных конфликтов внутри страны и за ее пределами • Отсутствие стратегии ведения информационной войны

Итак, проанализировав все вышеизложенное, можно сделать ряд выводов.

На формирование позитивного образа страны влияют:

1. Факторы формирования образа страны: природно-ресурсный потенциал; национальное и культурное наследие; геополитические факторы; исторические события, которые повлияли на развитие государственности; вклад выдающихся фигур, чья деятельность связана с историей развития государства; базовая форма государственного устройства и структура управления.

2. Социологические факторы: социально-психологические настроения в обществе; формы общественно-политической интеграции граждан; структура, характер и принципы деятельности общественно-политических объединений; моральные и ценностные аспекты развития общества.

3. Институциональные факторы: стабильность экономики, которая оценивается по комплексу показателей динамики ВВП, уровню дохода на душу населения, объему инвестиций, финансовой обеспеченности бюджетов всех уровней; гарантией прав и свобод хозяйствующих на рынке субъектов реального сектора экономики; «Правовое пространство» государства и соответствие правовых норм международным стандартам; функции полномочия и механизмы государственного регулирования различных сфер деятельности в стране.

К перечисленным факторам формирования имиджа страны можно добавить еще политический строй и режим; деятельность общественно-политических лидеров; развитие культуры; новости; научные достижения; имидж торговых марок; экспорт культурных ценностей; спортивных «звезд» и соревнования; туристов и туристическую

рекламу, экспорт товаров и услуг; рекламу товаров и услуг.

Имидж является «живой» и «органической» коммуникативной основой позиционирования власти, которую можно направлять, корректировать, уточнять, переделывать для соответствия ожиданиям общественности. Именно успешный имидж является залогом успешности функционирования органов государственной власти, ее руководящего звена, государства в целом. Именно поэтому имидж должен быть четко структурированным, а следовательно, разрабатываться по соответствующей схеме. Для этого необходимо выделить общие принципы, на которых должны основываться все этапы по формированию и продвижению имиджа страны, и важнейшие направления, также вытекающие из этих этапов.

Во-первых, формирование позитивного имиджа страны и ее государственных структур, а также их эффективной деятельности в обществе. Это означает, что общество, СМИ, политическое руководство должны четко отвечать на вопросы, в каком состоянии находится государственный аппарат и какова степень его функциональной готовности выполнять актуальные политико-управленческие задачи.

Во-вторых, поддержание высокого реноме государственной службы, государственных институтов, поскольку это неотъемлемая часть работы по обеспечению государственного аппарата необходимыми кадровыми и финансовыми ресурсами.

В-третьих, степень открытости государства перед обществом и решений, которые ею принимаются в политической, финансовой и информационной сферах. Политические и государственные структуры любого уровня должны систематически обнародовать (а не скрывать) необходимую, полную, объективную информацию о фактической реализации политических планов для принятия своевременных политических решений.

В-четвертых, обеспечение политического образования граждан для осуществления эффективного гражданского контроля над государством. Это образование будет способствовать качественному формированию основных ветвей власти во время проведения выборов.

Таким образом, для успешного формирования и продвижения имиджа страны необходимо отказаться от старых пропагандистских приемов, необходимо осознавать, что позитивный образ страны – один из важнейших инструментов защиты и реализации ее национальных интересов, привлечения инвестиций, развития туризма, формирования национальной гордости и самосознания.

Россия в данный момент, как никогда нуждается в формировании и укреплении благоприятного международного имиджа.

Формирование имиджа страны – глобальная задача, которая состоит из множества различных аспектов и направлений. Наиболее актуальным шагом навстречу позитивному имиджу страны является создание соответствующей атмосферы внутри страны; проведение информационно-образовательной работы среди граждан. Именно вокруг задачи формирования имиджа страны может и должна происходить консолидация общества, так как создание и продвижение имиджа страны является необходимым условием повышения уровня социального самочувствия общества, от которого в конечном итоге зависят и позитивное мироощущение людей, и положительный образ страны на международной арене.

Библиографияеский список

Волкова А. Репутация России: по Европе ходят недобрые слухи // [Электронный ресурс] URL:http://rating.rbc.ru/article.shtml (Дата обращения: 21.06.2014)

Анохин М.Г., Бочанов М.А., Ваховский А.М., Гришин О.Е., Давыдов В.Н., Глебов В.А., Матвеенков Д.О., Молодчая Е.Н. Политика. XXI век. Инновационные технологии // Под общей редакцией М.Г. Анохина, В.М. Платонова, О.Е. Гришина. – Москва, 2013.

Lyabuhov, I.V. Creating a positive image of the Russian Federation in the international arena: the possibilities and potential of the Russian Foreign Ministry // Scientific Library KiberLeninka: [electronic resource] URL:http://cyberleninka.ru/article/n/formirovaniepozitivnogoimidzha-rossiyskoy-federatsiina-mezhdunarodnoy-arene-vozmozhnostii-potentsial-mid-rossii (Date accessed 22.06.2014) (In Russ.)

Stepanova, I. International image of Russia through the prism of the instrumental approach // [electronic resource] URL: http: //www.ci-journal. ru/article/66/200701rezenzia_galumov (date accessed 22.06.2014) (In Russ.)

Hajiyev, K.S. (2007) Image as an instrument of cultural hegemony // World Economy and International Relations. № 12. C. 6. (In Russ.)

Volkova, A. (2013)Reputation Russia: Europe go unkind rumors // [electronic resource] URL: http: //rating.rbc.ru/article.shtml? (date accessed 21/06/2014) (In Russ.)

Evseev, K. (2014) For they love Putin in the world and in Russia? // URL: http://www.mk.ru/politics/article/2014/01/14/969626-za-chto-lyubyatputinav-mire-iv-rossii.html (date of treatment 20.06.2014) (In Russ.)

Anokhin, M.G., Bochanov, M.A., Wachowski, A.M., Grishin, O.E., V.N. Davydov, Glebov V.A., Matveenkov, D.O., Molodchy, E.N. 2013Policy twentyfirst century. Innovative technologies // Edited by M.G. Anokhin, V.M. Platonov, O.E. Grishin. Moscow, 2013. (In Russ.)