ФИЛОСОФИЯ, СОЦИОЛОГИЯ, ПОЛИТОЛОГИЯ

УДК 32.019.51

Е.А. Данилова

ВНЕШНЕПОЛИТИЧЕСКОЕ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИННОВАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Исследуются концептуальные основы формирования международного имиджа государства. Поставлена проблема выработки научно-методологических и практических рекомендаций российским научным сообществом политологов в части конструирования внешнеполитического имиджа государства. Сделан вывод о необходимости диверсификации моноориентированного имиджа России как сырьевой державы и выработки эффективных механизмов представления России мировому сообществу как инновационного государства, способного претендовать на лидерство в наукоемких сферах.

Ключевые слова: позиционирование; инновационная политика; инновационное государство; международный имидж; внешняя политика.

В современных условиях глобализации и стремительно меняющегося миропорядка проблема убедительного внешнеполитического позиционирования становится все более актуальной. Выраженный дисбаланс в пользу сырьевого сектора на фоне истощения мировых природных запасов делает уязвимыми как экономику, так и восприятие России на международной арене. Явный политический окрас экономической политики ОАО «Газпром» в отношении Украины и ее ультимативный характер в связи с обострением геополитической ситуации после присоединения Крыма к Российской Федерации подчеркивает моноориентацию имиджа Российской Федерации в качестве сырьевой державы и выявляет пробелы в части внешнеполитического позиционирования. Необходимость перехода на инновационный путь развития представляется неоспоримой. Государственные инициативы, направленные на поддержку субъектов инновационного процесса в сфере национальной экономики, безусловно, важны и необходимы для ее устойчивого инновационного роста. Не менее значимыми являются шаги по формированию многоаспектного имиджа Российской Федерации как важного элемента глобальной экономики и политики.

В соответствии с Концепцией внешней политики РФ одной из основных целей внешнеполитических усилий является «создание благоприятных внешних условий для модернизации России, перевода ее экономики на инновационный путь развития» [1]. Согласно Стратегии национальной безопасности до 2020 г., «обеспечение национальной безопасности за счет экономического роста достигается путем развития национальной инновационной системы» [2]. В связи с заявкой на включение России в общемировую геополитическую инновационную инфраструктуру актуализируется задача выработки эффективных механизмов представления России мировому сообществу как инновационного государства, способного претендовать на лидерство в наукоемких сферах. Вопрос ее эффективного решения становится злободневным и для первых лиц, и для российской дипломатии, и для российского политологического сообщества. Неоднозначное восприятие России за рубежом и

усложняющаяся геополитическая обстановка на постсоветском пространстве указывают на необходимость концептуального осмысления основ формирования внешнеполитического образа страны. Особую актуальность приобретает проблема выработки научно-методологических и практических рекомендаций российским научным сообществом политологов в части конструирования внешнеполитического имиджа государства.

Говоря о необходимости формирования благоприятного восприятия страны на международной арене, стоит признать, что в отечественной политологии нет общепринятого глоссария в области страновой имиджологии. Понятия «имидж» и «образ» во многих исследованиях используют как взаимозаменяемые. По определению Э.А. Галумова, «имидж (образ) страны – комплекс объективных взаимосвязанных между собой характеристик государственной системы (экономических, географических, национальных, культурных, демографических и т.д.), сформировавшихся в процессе эволюционного развития российской государственности как сложной многофакторной подсистемы мирового устройства... это – база, определяющая, какую репутацию приобретает страна в сознании мировой общественности в результате тех или иных действий ее субъектов, взаимодействующих с внешним миром» [3. С. 12]. Таким образом, восприятие страны определяет ее репутацию, которая при определенных условиях может конвертироваться, в том числе, в финансовые дивиденды, поскольку «от того, какой видят Россию в мире – партнером или противником, – зависит развитие международного сотрудничества в экономической, политической и социальной сферах» [4. С. 107].

В русле политической психологии понятия «образ» и «имидж» разграничиваются. Так, Д.А. Леонтьев называет имиджем впечатление, которое конструируется целенаправленно и сознательно, а образом – то, которое формируется спонтанно. Образ можно конструировать специально, и тогда он становится имиджем [5. С. 19]. Е.Б. Шестопал понимает под образом отражение личности лидера (партии, государства, организации, товара и пр.) в массовом и индиви-

дуальном сознании граждан; под имиджем (или брендом) – специально сконструированное и растиражированное отражение личности политика (партии, государства, товара и т.д.) [6. С. 13]. Согласно Е. Егоровой-Гантман и К. Плешакову, имидж – это «специально создаваемый, преднамеренно формируемый политический образ для достижения поставленных целей» [7. С. 5]. Все эти определения указывают на искусственную природу имиджа как сознательно формируемого конструкта для решения определенных задач. По мнению А.А. Гравера, четко разграничивающего категории «образ», «имидж» и «бренд» (понятие, заимствованное из маркетинга) страны, «образ страны – это наиболее общая категория, которая охватывает весь объем представлений о стране – от философского анализа до прикладных исследований. Имидж страны в данном случае является более узким понятием и означает образ, на который пытаются воздействовать с целью изменения. Бренд страны подразумевает реализацию позитивных характеристик страны с целью извлечения прибыли» [8. С. 39]. А. Соловьев определяет имидж как «сознательно сконструированный образ, формируемый целенаправленно путем контроля над содержанием распространяемой информации и коммуникационными потоками» [9. С. 543]. Это определение как делает акцент на обозначенной выше целенаправленности формирования имиджа, так и указывает на способ формирования – через контроль над информацией. Г. Почепцов полагает, что информация становится все более важной составляющей национальной безопасности любого государства и вводит понятие «информационная война», которая представляет собой «всеобъемлющую, целостную стратегию, призванную отдалить должное значимости и ценности информации в вопросах... реализации национальной политики» [10. С. 3]. «Создание облика страны ныне подчиняется законам PR, а репутация формируется с помощью целенаправленной информационной политики, трактующей реальные или возможные действия на международной арене... облик государства и его международная репутация во многом базируются на элементах мифа и устойчивых стереотипах имиджа, доля которых в политике достаточно велика» [11. С. 71], – пишет Л.Г. Мартынова. Политическая коммуникация – всегда влияние. В этом смысле внешнеполитическая деятельность и способы ее позиционирования в современном информационном обществе приобретают особое значение: применение тактики информационного доминирования решает задачи доминирования политического.

Внешнеполитическая коммуникационная стратегия Российской Федерации сегодня носит, по большей части, пропагандистский характер. В качестве примера можно привести отвечающее требованиям внешнеполитической конъюнктуры создание в 2005 г. нового 24-часового канала для западного зрителя на английском языке «Russia Today», служащего обеспечению комплексной пророссийской пропаганды. Подобным образом ряд прогосударственных официальных СМИ несут функции не только информирования, но и позиционирования Российской Федерации на междуна-

родной арене, формирования позитивного образа российской власти как внутри страны, так и за ее пределами. Поиск форм пропагандистского влияния на западное общественное мнение в декабре 2013 г. был выражен масштабной реорганизацией государственных СМИ и созданием ФГУП «Международное информационное агентство “Россия сегодня”», основным направлением деятельности которого является освещение за рубежом государственной политики Российской Федерации и общественной жизни в Российской Федерации [12]. В целом в среднесрочной перспективе проблема создания позитивного имиджа России останется актуальной, и, учитывая общий негативный «внешнеполитический фон», одной пропаганды в любом случае будет недостаточно для исправления имиджевых пробелов. Кроме формирования внешнеполитического имиджа с помощью СМИ, Российская Федерация использует и другие инструменты влияния на мировое сообщество.

Формализованная позиция государственных структур в части внешнеполитического позиционирования выражена в вышеобозначенных Концепции внешней политики РФ, Стратегии национальной безопасности до 2020 г., а также в Военной доктрине РФ, где указывается на «усиление роли информационного противоборства» [13], и в Доктрине информационной безопасности РФ [14], которая развивает Концепцию национальной безопасности Российской Федерации применительно к информационной сфере. Кроме того, на создание благоприятного имиджа России за рубежом направлено создание таких институциональных структур, как Управление по межрегиональным и культурным связям с зарубежными странами при Администрации Президента РФ [15], Межкомиссионной рабочей группы Общественной палаты РФ по международному сотрудничеству и общественной дипломатии [16], в 2000-х гг. активизировавшего свою деятельность Российского центра международного научного и культурного сотрудничества при МИД России (РОСЗАРУБЕЖЦЕНТР), Федерального агентства по делам Содружества Независимых Государств, соотечественников, проживающих за рубежом, и по международному гуманитарному сотрудничеству (Россотрудничество) [17] и др.

Значимым для позиционирования России как инновационного государства шагом является ее принадлежность к статусным международным организациям: членство в «большой восьмерке», вступление в ВТО, попытка создания ОЕЭП с Европейским Союзом и т.д. Неслучайно ход событий начала 2014 г. вокруг определения статуса Крыма повлек за собой санкции со стороны Запада скорее «имиджевого» характера: приостановление любого практического гражданского и военного сотрудничества с НАТО (с сохранением возможностей взаимодействия на уровне послов и выше), приостановление сотрудничества с НАСА (за исключением сотрудничества на МКС, составляющего большую часть проектов НАСА с Россией), приостановление членства в ПАСЕ (имеющего рекомендательные функции).

В то же время ведущие мировые державы осознают их очевидную взаимозависимость с Россией в гло-

бальном мире. Несмотря на политическое охлаждение, полная изоляция России в текущих условиях невозможна, и проблема ее эффективного позиционирования может быть частично переведена в русло науки и инноваций, что потенциально может способствовать смягчению геополитической ситуации. Эффективным шагом на пути к формированию благоприятного образа Российской Федерации в глазах мировой общественности является вовлечение международных партнеров в совместные научно-производственные проекты с использованием инновационных инструментов. К таким инструментам относятся: Федеральная целевая программа «Научно-исследовательские разработки по приоритетным направлениям развития научно-технологического комплекса России на 2014–2020 гг.» (мероприятия 2.1. «Проведение исследований в рамках международного многостороннего и двустороннего сотрудничества» и 2.2 «Поддержка исследований в рамках сотрудничества с государствами членами Европейского союза») [18]; включение международных партнеров в деятельность технологиче-

ских платформ [19], участвующих в формировании тематик, отбора проектов и контроля за их реализацией в рамках реализации указанной ФЦП [20]; Постановление Правительства Российской Федерации № 220 от 9 апреля 2010 г. [21], обеспечивающее финансирование лабораторий, формируемых под руководством ученых с мировым именем. Популяризация совместных научно-исследовательских инновационных проектов могла бы способствовать смягчению негативизации внешнеполитического имиджа Российской Федерации.

В целом, позиционирование Российской Федерации как инновационного государства в современном глобальном информационном обществе требует преодоления многих устоявшихся негативных стереотипов с помощью выстраивания актуальной коммуникативной стратегии, активизации международного научно-технического сотрудничества в наукоемких отраслях промышленности и посредством формирования последовательной и убедительной внешней политики исходя из системного взгляда на современный мировой порядок.

ЛИТЕРАТУРА

1. Концепция внешней политики Российской Федерации. 15 июля 2008 года // Президент России. URL: <http://www.kremlin.ru/acts/785> (дата обращения: 14.04.2014).
2. Указ Президента РФ № 537 «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации до 2020 года» от 13 мая 2009 года // Президент России. URL: <http://www.kremlin.ru/news/4047> (дата обращения: 03.03.2014).
3. Галумов Э.А. Международный имидж России: стратегия формирования. М.: Известия, 2003. 450 с.
4. Пищева Т.Н., Виноградова Н.С., Недова А.Д. Образ России под углом зрения политических коммуникаций // Полис. 2010. № 4. С. 107–121.
5. Леонтьев Д.А. От образа к имиджу. Психосемантический брендинг // Реклама и жизнь. 2000. № 1. С. 19–22.
6. Образы государств, наций и лидеров / под ред. Е.Б. Шестопал. М.: Аспект Пресс, 2008. 288 с.
7. Егорова-Гантман Е., Плешаков К. Политическая реклама. М.: Никколо-М, 1999. 240 с.
8. Гравер А.А. Образ, имидж и бренд страны: понятия и направления исследования // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2012. № 3 (19). С. 29–45.
9. Соловьев А.И. Политология: политическая теория, политические технологии. М., 2001. 559 с.
10. Почепцов Г.Г. Информационные войны. М.: Рефл-бук; К.: Ваклер, 2000. 280 с.
11. Мартынова Л.Г. Международный имидж России // Россия в современных международных отношениях: сб. ст. аспирантов и преподавателей / под общ. ред. В.А. Михайлова. М.: Изд-во РАГС, 2004. 238 с.
12. Указ Президента РФ о мерах по повышению эффективности деятельности государственных СМИ № 894 от 9 декабря 2013 года // Президент России. URL: <http://news.kremlin.ru/news/19805> (дата обращения: 06.04.2014).
13. Военная доктрина Российской Федерации. 5 февраля 2010 года // Президент России. URL: http://news.kremlin.ru/ref_notes/461 (дата обращения: 23.03.2014).
14. Доктрина информационной безопасности. 9 сентября 2000 года // Российская газета. URL: http://www.rg.ru/OFFICIAL/DOC/MIN_AND_VEDOM/MIM_BEZOP/DOCTR.SHTM (дата обращения: 14.04.2014).
15. Указ Президента РФ № 1848 «Об утверждении Положения об Управлении Президента Российской Федерации по межрегиональным и культурным связям с зарубежными странами» от 25 декабря 2008 г. URL: <http://www.fpa.su/zakon/ukazi-prezidenta-rf/12789-ukazi-prezidenta-rf-ot-25-dekabrya-2008-g-n-1848> (дата обращения: 20.04.2014).
16. Межкомиссионная рабочая группа Общественной палаты РФ по международному сотрудничеству и общественной дипломатии // Общественная палата РФ. URL: <http://www.oprf.ru/about/structure/mezhcomworkgroups/mezhcomworkgroups2012/236> (дата обращения: 03.04.2014).
17. Федеральное агентство по делам Содружества Независимых Государств, соотечественников, проживающих за рубежом, и по международному гуманитарному сотрудничеству (Россотрудничество). URL: <http://rs.gov.ru/node/28132> (дата обращения: 26.03.2014).
18. Федеральная целевая программа «Исследования и разработки по приоритетным направлениям развития технологического комплекса РФ на 2014–2020 годы» // Министерство образования и науки РФ. URL: http://2014.fcpir.ru/participation_in_program/formation_topics/ (дата обращения: 15.04.2014).
19. Формирование технологических платформ // Министерство экономического развития РФ. URL: <http://www.economy.gov.ru/mines/activity/sections/innovations/formation> (дата обращения: 17.04.2014).
20. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 2 мая 2013 г. № 736-р // Министерство образования и науки РФ. URL: http://минобрнауки.рф/документы/3376/файл/2200/13.05.02-Распоряжение_736р.pdf (дата обращения: 01.04.2014).
21. Постановление Правительства Российской Федерации от 9 апреля 2010 года № 220 «О мерах по привлечению ведущих учёных в российские образовательные учреждения высшего профессионального образования» // Привлечение ведущих ученых в российские образовательные учреждения высшего профессионального образования, научные учреждения государственных академий наук и государственные научные центры Российской Федерации. URL: <http://www.p220.ru> (дата обращения: 22.04.2014).

Статья представлена научной редакцией «Философия, социология, политология» 4 июля 2014 г.

FOREIGN POLICY POSITIONING OF THE RUSSIAN FEDERATION AS AN INNOVATION STATE

Tomsk State University Journal. No. 386 (2014), 43-46. DOI: 10.17223/15617793/386/6

Danilova Elena A. Tomsk State University (Tomsk, Russian Federation). E-mail: elena.a.danilova@yandex.ru

Keywords: positioning; innovation policy; innovation state; international image; foreign policy.

Modern geopolitics updates for Russia the problem of a convincing foreign policy positioning. Escalation of the political situation at the post-Soviet space and necessity of defense of national interests show the importance of the problem of Russia's perception by its foreign partners and opponents and that of forming a ponderable foreign policy state image. In the article the conceptual fundamentals of forming the international image of a state are researched. The categories "image" (as produced), "image" (as existing), "brand" with reference to country imagery are studied. Basic points of view in domestic political science in the field of the international image forming are analyzed. A conclusion about a high degree of topicality of working-out of scientific methodological and practical recommendations by Russian political science community in the field of construction of the foreign policy state image is drawn. The set of instruments of Russian internal and foreign policies for the country's positive international image formation, from foreign policy propaganda to international scientific and technical collaboration in science intensive branches of industry, is researched. The formalized position of the Russian state structures in the part of document basis of the strategy for the foreign policy positioning is examined. The main political institutions and organizations, functioning for an effective positioning of Russia at the international arena, are explored, and the reasons of their insufficient effectiveness are analyzed. The problem of the mono-orientation of Russia's image as a primary resources power and need in its diversification due to the characteristic of "innovativeness" is set. The necessity of inclusion in the global innovation infrastructure demands making effective mechanisms for introducing Russia to the world community as an innovation state capable to be a leader in science intensive spheres. In the article the global interdependence of Russia and the leading world powers is indicated. In spite of the temporary political coolness, full isolation of Russia in the present-day conditions is impossible, and the problem of its effective positioning may be partly moved to the field of science and innovations for a potential softening of the geopolitical situation. It is the author's opinion that an effective measure for the formation of the Russian Federation's positive image for the world community is involvement of international partners in the joint research-and-production projects with the use of innovation instruments.

REFERENCES

1. Foreign Policy Concept of the Russian Federation. July 15, 2008. Available at: <http://www.kremlin.ru/acts/>. (Accessed: 14th April 2014). (In Russian).
2. Presidential Decree no. 537 "On the National Security Strategy of the Russian Federation until 2020" May 13, 2009. Available at: <http://www.kremlin.ru/news/4047>. (Accessed: 03rd March 2014). (In Russian).
3. Galumov E.A. *Mezhdunarodnyy imidzh Rossii: strategiya formirovaniya* [Russia's international image: formation strategy]. Moscow: Izvestiya Publ., 2003. 450 p.
4. Pishcheva T.N., Vinogradova N.S., Nedova A.D. *Obraz Rossii pod uglom zreniya politicheskikh kommunikatsiy* [The image of Russia from the standpoint of political communication]. *Polis*, 2010, no. 4, pp. 107-121.
5. Leont'ev D.A. *Ot obraza k imidzhu. Psikhosemanticheskiy brending* [From picture to image. Psychosemantic branding]. *Reklama i zhizn'*, 2000, no. 1, pp. 19-22.
6. Shestopal E.B. (ed.) *Obrazy gosudarstv, natsiy i liderov* [Images of states, nations and leaders]. Moscow: Aspekt Press Publ., 2008. 288 p.
7. Egorova-Gantman E., Pleshakov K. *Politicheskaya reklama* [Political advertising]. Moscow: Nikkolo-M Publ., 1999. 240 p.
8. Graver A.A. The obraz, image and brand of the country: concepts and direction. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filosofiya. Sotsiologiya. Politologiya – Tomsk State University Journal of Philosophy, Sociology and Political Science*, 2012, no. 3 (19), pp. 29-45. (In Russian).
9. Solov'ev A.I. *Politologiya: politicheskaya teoriya, politicheskie tekhnologii* [Political science: political theory, political technologies]. Moscow: Aspekt Press Publ., 2001. 559 p.
10. Pocheptsov G.G. *Informatsionnye voyny* [Information wars]. Moscow: Refl-buk Publ., Kyiv: Vakler Publ., 2000. 280 p.
11. Martynova L.G. *Mezhdunarodnyy imidzh Rossii* [Russia's international image]. In: Mikhaylov V.A. (ed.) *Rossiya v sovremennykh mezhdunarodnykh otnosheniyakh* [Russia in contemporary international relations]. Moscow: RAGS Publ., 2004. 238 p.
12. Presidential Decree on measures to improve the efficiency of state-owned media no. 894 of December 9, 2013. Available at: <http://news.kremlin.ru/news/19805>. (Accessed: 06th April 2014). (In Russian).
13. Military Doctrine of the Russian Federation. February 5, 2010. Available at: http://news.kremlin.ru/ref_notes/461. (Accessed: 23rd March 2014). (In Russian).
14. Information Security Doctrine. September 9, 2000. Available at: http://www.rg.ru/OFFICIAL/DOC/MIN_AND_VEDOM/MIM_BEZOP/DOCTR.SHTM. (Accessed: 14th April 2014). (In Russian).
15. Presidential Decree no. 1848 "On approval of the Regulations on the Administration of the President of the Russian Federation for Interregional and Cultural Relations with Foreign Countries" of December 25, 2008. Available at: <http://www.fpa.su/zakon/ukazi-prezidenta-rf/12789-ukaz-prezidenta-rf-ot-25-dekabrya-2008-g-n-1848/>. (Accessed: 20th April 2014). (In Russian).
16. Inter-Commission Work Group of the Public Chamber of the Russian Federation for International Cooperation and Public Diplomacy. Available at: <http://www.oprf.ru/about/structure/mezhcomworkgroups/mezhcomworkgroups2012/236>. (Accessed: 03rd April 2014). (In Russian).
17. Federal Agency for the Commonwealth of Independent States, Compatriots Living Abroad and International Humanitarian Cooperation (Rosotrudnichestvo). Available at: <http://rs.gov.ru/node/28132>. (Accessed: 26th March 2014). (In Russian).
18. Federal Target Program "Research and development in priority areas of technological complex of Russia for 2014-2020". Available at: http://2014.fcpir.ru/participation_in_program/formation_topics/. (Accessed: 15th April 2014). (In Russian).
19. Formation of technology platforms. Available at: <http://www.economy.gov.ru/minec/activity/sections/innovations/formation>. (Accessed: 17th April 2014). (In Russian).
20. Resolution of the Government of the Russian Federation dated May 2, 2013, no. 736-p. Available at: http://minobrnauki.rf/dokumenty/3376/fayl/2200/13.05.02-Rasporyazhenie_736r.pdf. (Accessed: 01st April 2014). (In Russian).
21. Resolution of the Government of the Russian Federation of April 9, 2010 no. 220 "On measures to attract leading scientists at Russian institutions of higher education". Available at: <http://www.p220.ru>. (Accessed: 22nd April 2014). (In Russian).

Received: 04 July 2014